WSPÓŁCZESNE MEDIA

GATUNKI W MEDIACH

Prace dedykowane Profesor Marii Wojtak

WM

TOM PIERWSZY

ZAGADNIENIA TEORETYCZNE

GATUNKI W MEDIACH DRUKOWANYCH

WYDAWNICTWO UNIWERSYTETU MARII CURIE-SKŁODOWSKIEJ

ZAGADNIENIA TEORETYCZNE

GATUNKI W MEDIACH DRUKOWANYCH


UMCS
WYDAWNICTWO

WSPÓŁCZESNE MEDIA

GATUNKI W MEDIACH

Prace dedykowane Profesor Marii Wojtak

TOM PIERWSZY

ZAGADNIENIA TEORETYCZNE

GATUNKI W MEDIACH DRUKOWANYCH

POD REDAKCJĄ
Iwony Hofman i Danuty Kępy-Figury

WYDAWNICTWO UNIWERSYTETU MARII CURIE-SKŁODOWSKIEJ
LUBLIN 2017

RECENZENT
dr hab. prof. UŚ Iwona Loewe

REDAKCJA
Anna Marszał

REDAKCJA TECHNICZNA
Aneta Okuń

PROJEKT OKŁADKI I STRON TYTUŁOWYCH
Krzysztof Rumowski

SKŁAD
Jadwiga Szczotka-Fabisiak

© Wydawnictwo UMCS, Lublin 2017

DRUK
„Elpil", ul. Artyleryjska 11, 08-110 Siedlce

ISBN: 978-83-7784-967-5

WYDAWNICTWO UNIWERSYTETU MARII CURIE-SKŁODOWSKIEJ
20-031 Lublin, ul. 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



fot. Janusz Pielaszkiewicz

M. Wojtak

SPIS TREŚCI

Wstęp 11

I. Teksty jubileuszowe

Małgorzata Kita
Maria Wojtak „na medialnym polu badawczym". I nie tylko… 19

Grzegorz Ptaszek
Wkład profesor Marii Wojtak w rozwój genologii medialnej 27

Zofia Bilut-Homplewicz, Anna Hanus
Kontrastywność interlingwistyczna w kontekście inspiracji tekstologicznych Marii Wojtak 37

II. Zagadnienia ogólne i teoretyczne

Barbara Bogołębska
Przydatność instrumentarium retorycznego i metod retorycznej analizy tekstu w badaniach nad gatunkami medialnymi 53

Edyta Pałuszyńska
Uwarunkowania sytuacyjne w medialnej debacie publicznej 65

Agnieszka Mac
Analiza mediolingwistyczna telewizyjnych serwisów informacyjnych – studium przypadku 77

Danuta Kępa-Figura
Pragmatyczne aspekty gatunku (na przykładzie informacji dziennikarskiej) 97

Jacek Warchala
Emocjonalizacja informacji 107

Ewa Jurga-Wosik, *Agnieszka Stępińska*, *Dominika Narożna*, *Bartłomiej Secler*, *Kinga Adamczewska*
Między informacją a komentarzem: polski model dziennikarstwa w świetle badań empirycznych 131

Iwona Szwed
Komentarz prasowy – innowacyjność a elementy prototypowe 145

Małgorzata Kita
Kwestionariusz Prousta i jego kontynuacje w wywiadzie 165

* * *

Bogusław Skowronek
Hejt jako zjawisko lingwistyczno-medialne. Zarys problemu 181

Bożena Witosz
Czy *hejt* to problem genologiczny? 191

Wojciech Furman
Trzy wersje gatunków dziennikarskich 207

III. Gatunki w prasie drukowanej (i w innych mediach drukowanych)

Lidia Pokrzycka
Gatunki dziennikarskie w islandzkich mediach drukowanych. Analiza na przykładzie pism „The Reykjavik Grapevine" i „Iceland Review" 223

Ewa Maj
Tradycjonalizm gatunków publicystycznych w tygodniku „Myśl Polska" i „Nowa Myśl Polska" 239

Anna Szwed-Walczak
Publicystyka we współczesnej prasie politycznej na przykładzie tygodnika „Myśl Polska" 257

Krzysztof Kaszewski
10 najlepszych gier postapokaliptycznych, czyli o osobliwości genologicznej w prasie dla miłośników gier komputerowych 275

Monika Worsowicz
Rekomendacje i ich wpływ na charakterystykę gatunkową ogólnotematycznej prasy poradnikowej dla kobiet 291

* * *

Patryk Iwańczyk
Felietonowa sylwetka czy sylwetkowy felieton, czyli o twórczości felietonistycznej Stefana Szczepłka 305

Bartłomiej Maliszewski
Czy to są felietony? – o korespondencjach Wacława Radziwinowicza 321

Magdalena Ślawska
Tu sobie usiądźmy, czyli o sposobach rozpoczynania wywiadu 331

Magdalena Piechota
Kiedy poeta pisze reportaż – wywoływanie obrazu w *Wielkim przypływie* Jarosława Mikołajewskiego 345

Dorota Kozaryn
Uwagi o recenzji muzycznej w „Gońcu Chopinowskim” 363

Grażyna Filip
O historii i filmach historycznych w krytyce Zygmunta Kałużyńskiego 377

Paulina Olechowska
Europa – Polska – Niemcy. Wielowymiarowość eseju na przykładzie „Dialogu. Magazynu Polsko-Niemieckiego” 393

Mateusz Kasiak
Ontologiczne aspekty artykułu publicystycznego 415

Ewa Bulisz
O poradach prasowych z *lifestylowego* magazynu „Women's Health” 427

Maria Krauz
Relacja tekst–obraz. O podpisach pod zdjęciami w prasie – struktura, funkcje, składnia 447

Elwira Bolek
Plakat artystyczny – przekaz multimodalny 465

Grzegorz Majkowski
Funkcja informacyjna gatunków mowy (na przykładzie współczesnej ulotki wyborczej) 475

WSTĘP

Niniejsza książka jest ósmą publikacją z serii „Współczesne media". Redagując tę serię, do opracowania wybieramy zagadnienia istotne dla badań nad mediami. Jednym z takich zagadnień jest kategoria gatunku w mediach. (Miarą istotności tej kategorii dla analizy przekazów medialnych jest tematyczna struktura serii WM – genologiczny aspekt badań nad mediami uwzględniany jest niemal w każdym z wydań redagowanej przez nas serii).

Do prac nad tą publikacją przystąpiłyśmy jednak nie tylko z zamiarem opracowania kolejnego zagadnienia ważnego dla nauk o mediach. Dostrzegając potrzebę rozwijania dyskusji nad kategorią gatunku w mediach, nieprzypadkowo zawarłyśmy ją w ramach „Współczesnych mediów" datowanych na rok 2017. Trzon publikacji stanowią teksty wygłoszone podczas konferencji „Współczesne media – gatunki w mediach" zorganizowanej w kwietniu 2016 roku przez Zakład Dziennikarstwa Wydziału Politologii z okazji Jubileuszu XL-lecia pracy naukowej Profesor Marii Wojtak. Sprawozdania z tego niezwykłego jubileuszowego spotkania przyjaciół Jubilatki, badaczy doceniających Jej dokonania i osobowość ukazały się w „Studiach Medioznawczych" (2016, nr 2,) oraz w „Zeszytach Prasoznawczych" (2016, nr 4).

Zarówno konferencja, jak i publikacja powstała na jej bazie zostały przez nas pomyślane jako formy uczczenia Jubileuszu wybitnej badaczki języka mediów, której prace są ważnym punktem odniesienia dla środowiska badaczy gatunków, w tym także gatunków medialnych. (Szczególny charakter tej publikacji sygnalizuje jej podtytuł: *Prace dedykowane Profesor Marii Wojtak*). Jako przedstawicielki lubelskiego ośrodka badań nad mediami chciałyśmy w ten sposób wyrazić uznanie dla lubelskiej językoznawczyni związanej z Wydziałem Humanistycznym UMCS, której prekursorskie zainteresowania badawcze – daleko wykraczające poza problematykę genologii medialnej, obejmujące rozległy obszar genologii lingwistycznej i stylistyki – tak wiele wniosły do dziedziny badań nad mediami.

O randze dokonań Jubilatki świadczy to, że na zaproszenie do udziału w publikacji odpowiedziało 66 badaczy z całej Polski. Pracując z zaangażowaniem

i radością podczas kolejnych etapów redakcji, stworzyliśmy wspólnie dzieło, będące wyrazem uznania dla naukowej i osobowej tożsamości Jubilatki. W wielu tekstach składających się na niniejsze tomy można odnaleźć wpływ konsekwentnie prowadzonych pionierskich i oryginalnych badań Marii Wojtak. Jak pokazują zawarte w tych artykułach analizy, wypracowana przez Jubilatkę odrębna metoda badawcza i powołane przez Nią instrumentarium pojęciowe są szczególnie odpowiednie dla analizy wypowiedzi medialnych.

Zebrane przez nas artykuły podzieliłyśmy na dwa tomy. Pierwszy z nich (*Zagadnienia teoretyczne. Gatunki w mediach drukowanych*), a właściwie całą publikację otwierają *Teksty jubileuszowe*. Na tę część książki składają się: sylwetka Jubilatki przygotowana przez bliską Jej naukowo i osobiście Małgorzatę Kitę (*Maria Wojtak „na medialnym polu badawczym". I nie tylko…*) oraz dwa artykuły w całości poświęcone dorobkowi naukowemu Marii Wojtak – Grzegorza Ptaszka *Wkład profesor Marii Wojtak w rozwój genologii medialnej* oraz Zofii Bilut-Homplewicz i Anny Hanus *Kontrastywność interlingwistyczna w kontekście inspiracji tekstologicznych Marii Wojtak*.

Oprócz *Tekstów jubileuszowych* w tomie pierwszym zawarto cząstki: *Zagadnienia ogólne i teoretyczne* oraz *Gatunki w prasie drukowanej (i w innych mediach drukowanych)*. Na *Zagadnienia ogólne i teoretyczne* składa się jedenaście tekstów prezentujących alternatywne metody badawcze gatunków medialnych. Celem poszczególnych Autorów było: ukazanie zasadności wykorzystania aparatu pojęciowego systemu retoryki w badaniach przekazów medialnych (por. Barbara Bogołębska – *Przydatność instrumentarium retorycznego i metod retorycznej analizy tekstu w badaniach nad gatunkami medialnymi*), „uwyraźnienie związków pomiędzy gatunkami debaty publicznej toczonej w mediach a komunikacją społeczną" (por. Edyta Pałuszyńska – *Uwarunkowania sytuacyjne w medialnej debacie publicznej*), „nakreślenie głównych założeń multimodalnej lingwistyki tekstu" (por. Agnieszka Mac – *Analiza mediolingwistyczna telewizyjnych serwisów informacyjnych – studium przypadku*), zwrócenie uwagi na możliwość wykorzystania narzędzi pragmatyki do omówienia pragmatycznego aspektu gatunku (por. Danuta Kępa-Figura – *Pragmatyczne aspekty gatunku (na przykładzie informacji dziennikarskiej)*) oraz „zdefiniowanie języka emocji jako przydatnego narzędzia do analizy medialnego materiału informacyjnego – werbalnego i niewerbalnego" (por. Jacek Warchala – *Emocjonalizacja informacji*).

W części *Zagadnienia ogólne i teoretyczne* umieściłyśmy także trzy artykuły ukazujące ewolucję wybranych gatunków medialnych w szerszej perspektywie. Dwa z nich dotyczą relacji między informowaniem a komentowaniem – przedstawiono w nich badanie „zaangażowania dziennikarzy w komentowanie i ocenianie […] zjawisk, wydarzeń i osób […] prezentowanych przez nich w materiałach

informacyjnych" (por. Ewa Jurga-Wosik, Agnieszka Stępińska, Dominika Narożna, Bartłomiej Secler, Kinga Adamczewska – *Między informacją a komentarzem: polski model dziennikarstwa w świetle badań empirycznych*) oraz udowodniono, że „wszechobecne elementy komentujące mogą być przyczynkiem do rosnącej roli gatunków publicystycznych we współczesnej prasie" (por. Iwona Szwed – *Komentarz prasowy – innowacyjność a elementy prototypowe*). Trzeci z artykułów (por. Małgorzata Kita – *Kwestionariusz Prousta i jego kontynuacje w wywiadzie*) pokazuje ewolucję wywiadu w kontekście historyczno-kulturowym, tj. związek Kwestionariusza Prousta z wywiadem medialnym. Pozostałe trzy teksty tej części dotyczą nowych zjawisk genologicznych – hejtu (por. Bogusław Skowronek – *Hejt jako zjawisko lingwistyczno-medialne. Zarys problemu* oraz Bożena Witosz – *Czy „hejt" to problem genologiczny?*), a także genologicznego ukształtowania płatnej (papierowej i internetowej) oraz bezpłatnej (internetowej) wersji tygodników (por. Wojciech Furman – *Trzy wersje gatunków dziennikarskich*).

Ostatnią część tematyczną tomu pierwszego oraz trzy części tomu drugiego – wyróżniłyśmy, biorąc pod uwagę przedmiot analizy poszczególnych tekstów (a dokładnie kryterium rodzaju środka przekazu masowego poddawanego eksploracji genologicznej). Teksty zamieszczone w poszczególnych częściach dotyczą kolejno przekazów medialnych drukowanych (w większości prasowych), radiowych, telewizyjnych i internetowych.

W ramach ostatniej, najobszerniejszej części tomu pierwszego *Gatunki w prasie drukowanej (i w innych mediach drukowanych)* zamieściłyśmy opracowania genologicznego aspektu tytułów prasowych będących przedstawicielami prasy określonego rodzaju: zagranicznej (por. Lidia Pokrzycka – *Gatunki dziennikarskie w islandzkich mediach drukowanych. Analiza na przykładzie pism „The Reykjavik Grapevine" i „Iceland Review"*), wyprofilowanej ideologicznie i politycznie (por. Ewa Maj – *Tradycjonalizm gatunków publicystycznych w tygodniku „Myśl Polska" i „Nowa Myśl Polska"* oraz Anna Szwed-Walczak – *Publicystyka we współczesnej prasie politycznej na przykładzie tygodnika „Myśl Polska"*), tematycznie (por. Krzysztof Kaszewski – *„10 najlepszych gier postapokaliptycznych", czyli o osobliwości genologicznej w prasie dla miłośników gier komputerowych*) lub funkcjonalnie (por. Monika Worsowicz – *Rekomendacje i ich wpływ na charakterystykę gatunkową ogólnotematycznej prasy poradnikowej dla kobiet*).

Część tę tworzą także analizy podejmujące problematykę poszczególnych gatunków prasowych bądź występujących w prasie: felietonu (por. Patryk Iwańczyk – *Felietonowa sylwetka czy sylwetkowy felieton, czyli o twórczości felietonistycznej Stefana Szczepłka* oraz Bartłomiej Maliszewski – *Czy to są felietony? – o korespondencjach Wacława Radziwinowicza*), wywiadu (por. Magdalena Ślawska – *„Tu sobie usiądźmy", czyli o sposobach rozpoczynania wywiadu*), reportażu

(Magdalena Piechota – *Kiedy poeta pisze reportaż – wywoływanie obrazu w „Wielkim przypływie" Jarosława Mikołajewskiego*), recenzji (Dorota Kozaryn – *Uwagi o recenzji muzycznej w „Gońcu Chopinowskim"* oraz Grażyna Filip – *O historii i filmach historycznych w krytyce Zygmunta Kałużyńskiego*), eseju (por. Paulina Olechowska – *Europa – Polska – Niemcy. Wielowymiarowość eseju na przykładzie „Dialogu. Magazynu Polsko-Niemieckiego"*), artykułu publicystycznego (por. Mateusz Kasiak – *Ontologiczne aspekty artykułu publicystycznego*), porady prasowej (por. Ewa Bulisz – *O poradach prasowych z „lifestylowego" magazynu „Women's Health"*). W tej części tematycznej zawarłyśmy także artykuł dotyczący specyfiki zróżnicowanego gatunkowo bytu prasowego, tj. podpisu pod zdjęciem (por. Maria Krauz – *Relacja tekst–obraz. O podpisach pod zdjęciami w prasie – struktura, funkcje, składnia*). Ostatnie dwa teksty tomu pierwszego dotyczą wybranych gatunków innych niż prasa mediów drukowanych – plakatu artystycznego (por. Elwira Bolek – *Plakat artystyczny – przekaz multimodalny*) oraz ulotki wyborczej (por. Grzegorz Majkowski – *Funkcja informacyjna gatunków mowy [na przykładzie współczesnej ulotki wyborczej]*).

Drugi tom publikacji zatytułowany *Gatunki w mediach elektronicznych* jest kontynuacją tomu pierwszego. Niemal w całości składa się z tekstów dotyczących wybranych problemów genologicznego ukształtowania przekazów radiowych, telewizyjnych i internetowych.

W części *Gatunki w radiu* znalazły się artykuły, których przedmiotem refleksji były specyficzne formy wypowiedzi radiowej, takie jak audycja dla dzieci i młodzieży (por. Barbara Boniecka – *Sylwiczność gatunkowa w radiowych audycjach dla dzieci i młodzieży*), połączenia telefoniczne ze studiem (Grażyna Stachyra – *Radiowy „phone-in" jako forma gatunkotwórcza*), *game show* (por. Paulina Czarnek-Wnuk – *Rozrywka w radiowych formach gatunkotwórczych na przykładzie „game show"*), wywiad radiowy (por. Małgorzata Rzeszutko-Iwan – *„Wywiad czy… przesłuchanie, rozmowa, konwersacja, gadanie?" – o strukturze pytań w wybranych wywiadach radiowych*), radiowy dokument (por. Joanna Bachura-Wojtasik – *Apetyt na życie. Rozważania o fikcji i prawdzie w dokumencie radiowym*) oraz *feature* radiowy (por. Natalia Kowalska – *Sztuka opowiadania prawdziwych historii. Audycje radiowe typu „feature"*).

Gatunki w telewizji otwiera opracowanie genologicznego aspektu ramówek wybranych stacji telewizyjnych (por. Andrzej Kozieł, Joanna Szylko-Kwas – *Analiza gatunkowo-formatowa tygodniowych ramówek TVP 1, Polsat i TVN*). Część tę współtworzą artykuły dotyczące wybranych problemów telewizyjnej informacji (por. Monika Grzelka, Agnieszka Kula – *Współczesny news telewizyjny – o dwóch kolejnych strategiach gry w informowanie. Bezstronność i wiarygodność* i Marcin Sanakiewicz – *Performans: hipergatunek czy antygatunek? Informacja*

w polityce medialnej współczesnej telewizji) oraz telewizyjnej transmisji/relacji sportowej (por. Beata Grochala – *Wzorce alternacyjne telewizyjnej transmisji sportowej* i Wioletta Kochmańska – *Telewizyjna relacja meczów siatkówki i jej konstytutywne cechy – przyczynek do opisu gatunku (na materiale transmisji przez Telewizję Polsat Spółka z o.o.)*. Spectrum prac dotyczących genologicznego aspektu telewizji uzupełniają artykuły, których przedmiotem analizy jest *reality show* (por. Małgorzata Gruchoła – *Charakterystyka wątków skandalizujących w telewizyjnych programach „reality show*"), serial paradokumentalny (por. Ewa Szkudlarek-Śmiechowicz – *Od „docu-soap" do „virali" – o konwergencji medialnej i recepcji przekazów telewizyjnych w środowisku młodzieży (na przykładzie telenoweli paradokumentalnej „Szkoła")* oraz magazyn filmowy (por. Łukasz Jędrzejski – *Gatunki dziennikarskie w Polskiej Kronice Filmowej*).

Czwarta, ostatnia cząstka tematyczna wyłoniona przez nas z uwzględnieniem kryterium rodzaju środka przekazu masowego będącego przedmiotem analizy, stanowiąca trzecią częścią tomu drugiego, zatytułowana *Gatunki w nowych mediach*, składa się z jedenastu artykułów. Prawie wszystkie zamykają się w badaniach nad genologicznym aspektem internetu. Trzy z zamieszczonych tu prac przybliżają problemy dotyczące specyficznych internetowych form, takich jak witryna WWW (por. Małgorzata Nowak – *Genologicznie o witrynie WWW*) oraz memy (por. Alina Naruszewicz-Duchlińska – *Kilka refleksji na temat memów internetowych* oraz Magdalena Steciąg – *Memy Marty Frej: hybryda medialna w publicystyce feministycznej*). Kolejne dotyczą przemian gatunków przeniesionych na grunt internetu z innych mediów. Przedmiotem zainteresowania są – komentarz sportowy (por. Katarzyna Jachimowska, Beata Kacperska – *„Tweet" jako najnowsza forma komentarza sportowego*), wywiad (por. Ignacy S. Fiut – *Wywiad w dominacji „biasu" hipertekstowego. Na przykładzie portalu onet.pl*), reportaż (por. Paweł Urbaniak – *Interaktywność i multimedialność we współczesnych formach reportażowych*), różnego rodzaju ogłoszenia (por. Mariusz Rutkowski – *„Niemiec płakał, jak sprzedawał…". O konwencjonalizacji gatunkowej internetowych ogłoszeń motoryzacyjnych*; Iza Matusiak-Kempa – *„Doniesienia osobiste" w perspektywie aksjologicznej. Od pragmatyzmu do hedonizmu*; Katarzyna Sobstyl – *„To jest Bond – nie James, ale szczeniak". Internetowe ogłoszenia adopcyjne zwierząt jako przykład tekstu użytkowego*). W jednym z artykułów (por. Paulina Sieradzka – *Poszukiwania genologiczne na przykładzie wybranych filmików na kanale AVON MAKE-UP TV* analizie poddano filmik instruktażowy potraktowany jako gatunek będący intersemiotycznym przekładem gatunków mediów tradycyjnych.

Przedmiot analizy ostatniej z prac tej cząstki (Moniki Wasilonek – *Nowoczesna sztuka multimedialna w przestrzeni publicznej: nowa jakość w sztuce czy ewolucja*

reklamy) – nowe formy sztuki cyfrowej – wykracza poza przestrzeń internetu, mieszcząc się w szeroko rozumianych nowych mediach.

Zamykająca całą publikację czwarta część tomu drugiego – *Świadomość genologiczna odbiorców mediów* – składa się z dwóch tekstów dotyczących genologicznej świadomości odbiorców mediów (por. Anna Granat – *Odzwierciedlenie recepcji gatunków dziennikarskich w zachowaniach językowych dzieci w wieku przedszkolnym* i Magdalena Trysińska – *Szkolne problemy z genologią. Mit i legenda we współczesnych mediach i świadomości uczniów*).

Przekazujemy Czytelnikom kolejne tomy „Współczesnych mediów" z przekonaniem, że staną się inspirującą i pożyteczną lekturą.

Iwona Hofman, *Danuta Kępa-Figura*
(Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej)

I

TEKSTY JUBILEUSZOWE

Małgorzata Kita
Uniwersytet Śląski

MARIA WOJTAK „NA MEDIALNYM POLU BADAWCZYM". I NIE TYLKO…

W tytule nawiązuję do przeglądowego artykułu Dostojnej Jubilatki *Językoznawca na medialnym polu badawczym*[1], przedstawiającego zróżnicowaną panoramę lingwistycznych badań pola medialnego[2]. Ciekawym poznawczo i nośnym naukowo ujęciem są zastosowane w nim przez Autorkę metafory HEGEMONA i SUWERENA – konceptualizujące możliwe podejścia językoznawcy do złożonej materii języka w mediach. Przyjęcie postawy SUWERENA pozwala lingwiście na utrzymanie tożsamości dyscypliny, zachowanie niezależności od innych dyscyplin zorientowanych na badanie mediów, wejście w dialog z nimi. Takie ujęcie badań nad językowymi aspektami języka w mediach – suwerenne – współgra z proklamacją nowej subdyscypliny językoznawczej: mediolingwistyki i jest mocno obecne w dorobku naukowym Uczonej.

Sylwetkę prof. dr hab. Marii Wojtak zacznę *ab ovo*, czyli od danych biograficznych.

Dzisiejsza Jubilatka zaczęła pracę na Uniwersytecie Marii Curie-Skłodowskiej w roku akademickim 1975–1976 jako asystentka-stażystka, by w 2016 roku świętować jubileusz czterdziestolecia działalności naukowo-dydaktycznej na tejże Uczelni. Dla kogoś, kto wchodzi na rynek pracy w XXI wieku, taka stałość związku pracodawcy i pracownika jest chyba już niewyobrażalna.

Od 1976 roku Maria Wojtak przeszła wszystkie szczeble kariery naukowej – od 2004 roku jest profesorem tytularnym, a od roku 2009 profesorem zwyczajnym.

Czwórka wydaje się szczęśliwą liczbą w życiu naukowym Pani Profesor:

1984 – doktor nauk humanistycznych

1994 – dr hab. nauk humanistycznych w zakresie językoznawstwa

2004 – profesor.

Regularność godna pozazdroszczenia!

[1] „Stylistyka" 2014, t. 23.

[2] Zob. P. Bourdieu, *O telewizji. Panowanie dziennikarstwa*, tłum. K. Sztandar-Sztanderska, A. Ziółkowska, red. i *Przedmowa* do polskiego wydania M. Jacyno, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2009.

Rok 2004 to także ważna data dla polskiej (i nie tylko polskiej) lingwistyki, w tym bowiem roku ukazały się *Gatunki prasowe*[3], publikacja, która w pełni zasłużyła na określenie „klasyczna". Autorka wykłada tu zręby **swojego** pojmowania przestrzeni badawczej genologii i jej istoty[4]. Sferą komunikacyjną, w której testuje swoją koncepcję, jest prasa. Badaczka opisuje gatunki prasowe z perspektywy lingwistycznej.

Debiut naukowy Marii Wojtak miał miejsce w 1977 roku: to artykuł *Hierarchia cech gwarowych w procesie integracji*[5] (współaut.: Helena Borowiec i Józef Kość), a już rok później ukazała się pierwsza pozycja książkowa o charakterze edytorsko-dydaktycznym: to antologia *Wybór tekstów nowopolskich z wieku XVIII–XX*, cz. 1–2, Lublin 1978 (współaut.: Teresa Skubalanka)[6]. Pierwsza książka autorska została wydana w 1988 roku, a była nią monografia *O języku i stylu „Wesela" Stanisława Wyspiańskiego*[7].

Pani Profesor napisała do tej pory ponad 300 tekstów naukowych o różnych charakterystykach genologicznych.

Zakres problemowy Jej publikacji jest bardzo szeroki, obejmuje bowiem zagadnienia z obszaru historii języka (w aspekcie teoretycznym i dydaktycznym), socjolingwistyki, polityki językowej i kultury języka, stylistyki historycznej i praktycznej, genologii. Teksty składające się na dorobek Uczonej dotykają problematyki rozpatrywanej w ramach genologii, teorii tekstu, stylistyki i lingwistyki pragmatycznej oraz socjolingwistyki. Autorka harmonizuje te dziedziny, subdyscypliny, metody, tworząc na zasadzie synergii nową przestrzeń naukową; w istocie można nazwać takie podejście optyką ponaddyscyplinową, budowaniem mostów, a nie murów (by przywołać tytuł książki *Mosty zamiast murów* pod redakcją Johna Stewarta[8]). Dominantę wyznaczają jednak trzy bloki penetrowane, eksplorowane i rozwijane symultanicznie: 1) język i styl polskiego dramatu – od staropolszczyzny po współczesność; 2) stylistyka tekstów użytkowych (analizy obejmują

[3] M. Wojtak, *Gatunki prasowe*, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2004.

[4] Dla porządku wymienię też inne prace, które uznaję za znaczące dla teoretycznej refleksji genologicznej: B. Witosz, *Genologia lingwistyczna: zarys problematyki*, Wydawnictwo UŚ, Katowice 2005 oraz pomyślana z dużym rozmachem seria wydawnicza PWN *Polska genologia literacka*, red. D. Ostaszewska, R. Cudak, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2007 i *Polska genologia lingwistyczna*, red. D. Ostaszewska, R. Cudak, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2008.

[5] H. Borowiec, J. Kość, M. Wojtak, *Hierarchia cech gwarowych w procesie integracji*, „Językoznawca" 1977, z. 28–29.

[6] T. Skubalanka, M. Wojtak, *Wybór tekstów nowopolskich z wieku XVIII–XX*, cz. 1–2, Wydawnictwo UMCS, Lublin 1978.

[7] M. Wojtak, *O języku i stylu „Wesela" Stanisława Wyspiańskiego*, Wydawnictwo UMCS, Lublin 1988.

[8] *Mosty zamiast murów*, red. J. Stewart, tłum. J. Doktór et al., Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2000.

rozległe spektrum typów wypowiedzi: od ogłoszeń przez gazetowe horoskopy po wypowiedzi religijne, a więc modlitwy, kazania i listy pasterskie); 3) język współczesnej prasy i gatunki prasowe. I na tym ostatnim skupię w dalszym ciągu prezentacji uwagę, przypominając wstępnie, że Uczona stosuje wobec dyskursu prasowego metaforę mozaiki. Charakteryzuje go przy użyciu kilku przymiotników z cząstką prefiksalną *poli-*; jest zatem: politematyczny, poliintencyjny, polipodmiotowy, poligatunkowy, polifoniczny[9].

W przestrzeni swoich publikacji 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. Przyjęcie określonej i dominującej optyki wynika z założonych w danej publikacji zadań badawczych.

To kieruje mnie ku materiałowi, który tak mądrze i głęboko bada Maria Wojtak. Tworzy go prasa w jej zróżnicowaniu. Teksty prasowe poddawane analizie dodają wartości tekstom naukowym, których są obiektem. Są interesujące zarówno pod względem intelektualnym, jak i formalnym. Przy okazji autorskich czynności analitycznych i interpretacyjnych pozwalają czytelnikowi zweryfikować obiegowy stereotyp o niskim poziomie języka prasy, „karmiony" popularnymi rubrykami w prasie tradycyjnej i stronami oraz profilami w mediach elektronicznych, w których rejestruje się i komentuje błędy językowe, zapominając, że to tylko niewielka cząstka prawdy o języku w prasie (a szerzej: w mediach).

W drugiej połowie XX wieku ukonstytuowała się genologia lingwistyczna – jako subdyscyplina lingwistyki[10], rozwijająca się autonomicznie wobec genologii literaturoznawczej i dziennikarskiej/medialnej. W jej ramach powstały liczne prace, które, reprezentując optykę językoznawczą, podjęły problematykę generycznego ukształtowania wypowiedzi prasowych (także szerzej: tekstów w mediach); gatunki dziennikarskie są tu rozumiane – zgodnie z Bachtinowską inspiracją – jako:

> […] upowszechniane za pomocą prasy w miarę trwałe pod względem struktury i formy językowej sposoby powiadamiania o aktualnych, społecznie ważnych faktach lub zdarzeniach, także sposoby interpretowania owych faktów, a więc wyrażania i kształtowania opinii[11].

Szczególnie inspirująca dla opisu gatunków prasowych okazuje się koncepcja gatunku (gatunku mowy) wypracowana przez Marię Wojtak, która wskazuje też

[9] M. Wojtak, *Głosy z teraźniejszości. O języku współczesnej polskiej prasy*, Wydawnictwo Wyższej Szkoły Przedsiębiorczości i Administracji, Lublin 2010.

[10] A. Furdal, *Genologia lingwistyczna*, „Biuletyn Polskiego Towarzystwa Językoznawczego" 1982; B. Witosz, *Genologia lingwistyczna…*, *op. cit.*; I. Loewe, *Polska genologia lingwistyczna. Rekonesans*, „tekst i dyskurs – text und diskurs" 2008, nr 1; *Polska genologia lingwistyczna…*, *op. cit.*

[11] M. Wojtak, *Gatunki prasowe*, *op. cit.*, s. 7.

fundamenty teoretyczne i drogę procedury badawczo-opisowej[12]. W opisie – z uwzględnieniem perspektywy statycznej – wzorca gatunkowego, który powinien być traktowany integralnie, jako całość, Autorka proponuje uwzględnienie kilku aspektów[13], takich jak:

– aspekt strukturalny, czyli „określoną strukturę (model kompozycyjny), a więc ramę tekstową, podział na segmenty, relacje między segmentami, czyli różnorodne zjawiska z zakresu typowych dla gatunku układów poziomych, a także architektoniki tekstu";

– aspekt pragmatyczny, czyli „obraz nadawcy i odbiorcy, cel komunikatu (potencjał illokucyjny), kontekst życiowy gatunku, a więc prymarne zastosowanie komunikacyjne";

– aspekt poznawczy, tzn. „tematykę i sposób jej przedstawienia (perspektywę, punkt widzenia, hierarchię wartości i inne składniki obrazu świata";

– aspekt stylistyczny, a więc „cechy uwarunkowane strukturalnie, dookreślane pragmatycznie i związane z genezą użytych środków".

Uwzględnienie dynamiki procesów komunikacyjnych, zmienność społecznych i kulturowych uwarunkowań wpływają na wariantywność wzorca gatunkowego; wyróżnia się tu trzy kategorie[14]:

– Wzorzec kanoniczny, czyli „decydujący o tożsamości gatunku i obejmujący określoną gamę najbardziej trwałych wyznaczników strukturalnych, pragmatycznych i stylistycznych".

– Wzorce alternacyjne, czyli

> […] takie, które powstają w wyniku przekształcenia poszczególnych składników wzorca kanonicznego. W wielu gatunkach początkiem alternacyjnych modyfikacji są przeobrażenia struktury, które mogą obejmować: redukcję składnika, wymianę komponentu (lub komponentów), poszerzenia struktury o nowy składnik (lub składniki), kontaminację struktur, która prowadzi jednak z reguły do powstania wzorca adaptacyjnego. […] Przekształceniom strukturalnym towarzyszą przeobrażenia: a) w potencjale illokucyjnym […], b) w obrazie świata […], c) w zbiorze cech stylistycznych. Wzorce alternacyjne rozluźniają okowy konwencji, stając się przyczyną powstawania gatunkowych form poruszonych, które w trakcie kolejnych ewolucyjnych zmian mogą się wykrystalizować w odmiany gatunkowe.

– Wzorce adaptacyjne, czyli „nawiązania do obcych schematów gatunkowych".

Według koncepcji Marii Wojtak, warianty wzorca gatunkowego są ze sobą powiązane i tworzą możliwe do przewidzenia pole gatunkowe. Można tu zaobserwować pewną prawidłowość: „[…] obszar centralny pola zajmuje wzorzec ka-

[12] *Ibidem*, s. 11–28.
[13] *Ibidem*, s. 16–17.
[14] *Ibidem*, s. 18–19.

noniczny, sferę bliską centrum wzorce alternacyjne, a w strefach peryferyjnych, a więc najbardziej oddalonych od centrum i bliskich granic pól typowych dla innych gatunków, sytuują się wzorce adaptacyjne. Jest to także obszar krzyżowania się gatunków i powstawania hybryd"[15]. Dla pola prasowego możliwe są też inne układy: dekoncentryczne lub koncentryczne dwubiegunowe, co wynika z tego, że nie wszystkie gatunki wygenerowały kompletny zbiór wariantów wzorca.

Zainteresowanie językiem w prasie (dotyczy to również szerszej perspektywy: mediów) w ostatnich latach jest bardzo duże, by nie powiedzieć: ogromne. Świadczy o tym znaczący przyrost publikacji o różnym statusie genologicznym[16]. To samo można powiedzieć o refleksji metodologicznej: język w prasie (mediach) to nie jest bowiem typowy obiekt badań naukowych, w tym lingwistycznych. Język jest tu tylko jednym z kodów komunikacyjnych, co oznacza dla językoznawców pewne (duże) wyzwanie dotyczące postępowania badawczego.

Każda publikacja książkowa Marii Wojtak wzbudza wielkie zainteresowanie i rezonans, jest dyskutowana i recenzowana, daje szerokie i wielokierunkowe impulsy badawcze. Taka ocena dotyczy również artykułów Pani Profesor. Widać to, kiedy przegląda się wyniki cytowań w Google Scholar.

Maria Wojtak – wybitna badaczka języka w prasie (to tylko jeden z Jej profili naukowych) – należy do tych uczonych, na których teksty się czeka. 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 publikacje generują postęp naukowy w domenie badań nad językiem w prasie.

Genologiczna koncepcja opisu uniwersum tekstowego przedstawiona przez Marię Wojtak owocuje nie tylko ponad trzema setkami publikacji Jubilatki, ale także stanowi drogowskaz teoretyczno-metodologiczny dla autorów licznych monografii naukowych. Modyfikowane, wzbogacane o nowe propozycje, kreatywnie wyzyskujące pomysły Uczonej, są świadectwem wielkości, trafności, efektywności teorii, którą można określić jako *work in progress*. Dzięki przyjęciu jednolitej podstawy teoretycznej i stosowaniu procedury badawczej powstają prace konsekwentnie i, co ważne, kompatybilnie opisujące i interpretujące polską przestrzeń tekstową/dyskursową.

[15] *Ibidem*, s. 19.

[16] Zob. np. spis bibliograficzny w: *Style współczesnej polszczyzny. Przewodnik po stylistyce polskiej*, red. E. Malinowska, J. Nocoń, U. Żydek-Bednarczuk, Towarzystwo Autorów i Wydawców Prac Naukowych „Universitas", Kraków 2013; B. Skowronek, *Mediolingwistyka. Wprowadzenie*, Wydawnictwo UP, Kraków 2013.

Teksty Marii Wojtak z pożytkiem dla siebie czytają językoznawcy, szczególnie ci, którym bliskie jest myślenie o języku w mediach (acz nie tylko), jak również medioznawcy i dziennikarze – z pewnym już stażem profesjonalnym, ale i adepci studiów dziennikarskich, wchodząc tym samym w dialog z perspektywą językoznawczą.

Koncepcja stworzona przez Marię Wojtak – oryginalna teoria stanowiąca fuzję genologii (lingwistycznej), stylistyki i teorii tekstu – wykorzystuje stosowną terminologię (terminy i definicje) przyjętą przez wielu badaczy; odwołując się do tradycji: Michaiła Bachtina i Stefanii Skwarczyńskiej, Uczona dokonała swoistego *upcyklingu* ich idei. Ale też sama Autorka zaproponowała własną terminologię i odpowiadające jej definicje, co zostało zaakceptowane przez innych autorów. Do już wymienionych dodam takie przykładowe terminy rewitalizowane czy stworzone i zoperacjonalizowane przez Badaczkę, jak: *paradoksy gatunku*, *osobliwość genologiczna*, *gatunek w formie kolekcji*, *kolekcja gatunków*, *przebitka gatunkowa*.

W publikacjach Marii Wojtak o języku w mediach bardzo ważnym składnikiem jest perspektywa podmiotowa. Autorka bowiem wkracza na pole badawcze o bogatej już tradycji, ale jednocześnie mocno zaznacza w nim swoją obecność, wprowadzając własne rozwiązania teoretyczno-metodologiczne. Ważne jest to, że Jej propozycje są przyjmowane w środowisku mediolingwistycznym i medioznawczym.

Wywód prowadzony jest w 1. osobie liczby pojedynczej, Autorka eksplicytnie pokazuje etapy swojego postępowania badawczego. Czytelnik staje się więc jego uczestnikiem, który towarzyszy kolejnym fazom badania, rozumowania, eksplanacji, interpretowania. Maria Wojtak traktuje odbiorcę bardzo poważnie. Dokładając starań, by przekazać swoją myśl jasno, nie popada w pułapkę niedoceniania odbiorcy. Mam tu na myśli szczególnie warstwę językowo-stylistyczną prac naukowych i tych o nachyleniu dydaktycznym. Język jest komunikatywny, zrozumiały, ale Badaczka nie unika też sformułowań o wysokim stopniu trudności. To ważne, by zwłaszcza w podręcznikach nie traktować czytelnika „z taryfą ulgową", nade wszystko tego czytelnika, który swą przyszłość wiąże z pracą „w języku". Ten typ odbiorcy powinien być szczególnie wyczulony na język, świadomy jego zróżnicowania i bogactwa środków, które użytkownik ma do dyspozycji.

Maria Wojtak w swoich publikacjach jest mistrzem i przewodnikiem, który zaprasza czytelnika do wspólnej podróży intelektualnej, bynajmniej jednak nie narzucając swoich rozważań i rozwiązań, w przekonujący sposób je jedynie proponując.

Wielką zaletą Jej prac jest styl. Wybitna badaczka stylu jest też znakomitą stylistką. Wyrafinowanym wywodom teoretycznym towarzyszy elegancja językowa, dzięki której lektura tekstów trudnych i wymagających wysiłku umysłowego do-

starcza podwójnej przyjemności intelektualnej, wynikającej z kontaktu z tekstem i mądrym, i pięknym.

Cieszy mnie to, że w owych tekstach widoczne są właściwości idiolektalne Autorki, rozpoznawalnej zarówno pod względem zawartości i wartości merytorycznej prac, jak i dzięki swojemu stylowi: przecież *Le style c'est l'homme même*.

Na zakończenie prezentacji sylwetki Pani Profesor, wytrawnej badaczce języka w mediach, zadam pięć pytań z kwestionariusza Bernarda Pivota, byśmy mogli poznać Ją dogłębniej, ale też zobaczyć po drugiej stronie „pola medialnego”:

Twoje ulubione słowo?
Maria Wojtak: Szczęście.
Słowo, którego nie lubisz?
Maria Wojtak: Słodki.
Co pociąga Cię twórczo?
Maria Wojtak: Twórczo pociąga mnie niespodzianka ukryta za niewiadomą.
Jaki dźwięk kochasz?
Maria Wojtak: Kocham głos żurawia i godowy śpiew brzęczki, ponieważ kojarzy się z „łagodnym budzikiem”.
Jakiego zawodu poza Twoim własnym chciałabyś spróbować?
Maria Wojtak: Gdy o zawód idzie, to marzyłam, aby być historykiem sztuki.

Gdybym miała wymienić trzy „rzeczy”, które kojarzą mi się z Profesor Marią Wojtak, wskazałabym następujące: pasja badawcza i pracowitość, Mąż i Szczęście, ptaki i wyprawy ornitologiczne.

A propos ptasiej fascynacji Uczonej: często przypominam sobie, jak Pani Profesor zbeształa mnie, kiedy opowiadałam o wronach spacerujących koło mojego domu i starałam się je opisać. *To nie mogą być wrony!* – usłyszałam. A potem nastąpił wykład o wyglądzie i zwyczajach „prawdziwych” wron. To było ciekawe przeżycie dla kogoś, kto, jak ja, uważa, że każdy czarny ptak to wrona, a jeśli rozróżnia słowika i skowronka, to tylko dzięki rozmowie Romea i Julii, posępny zaś kruk kojarzy mu się wyłącznie z pełnym grozy poematem Edgara Allana Poego. No, może jeszcze ze sprytnym, przebiegłym ptakiem z bajki Jeana de La Fontaine'a.

Czekam na dalsze ptasie lekcje. I dalsze spotkania naukowe – te bezpośrednie, i te, które przebiegają w przestrzeni słowa pisanego.

Bibliografia

Borowiec H., Kość J., Wojtak M., *Hierarchia cech gwarowych w procesie integracji*, „Językoznawca" 1977, z. 28–29.

Bourdieu P., *O telewizji. Panowanie dziennikarstwa*, tłum. K. Sztandar-Sztanderska, A. Ziółkowska, red. i *Przedmowa* do polskiego wydania M. Jacyno, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2009.

Furdal A., *Genologia lingwistyczna*, „Biuletyn Polskiego Towarzystwa Językoznawczego" 1982.

Loewe I., *Polska genologia lingwistyczna. Rekonesans*, „tekst i dyskurs – text und diskurs" 2008, nr 1.

Mosty zamiast murów, red. J. Stewart, tłum. J. Doktór et al., Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2000.

Polska genologia lingwistyczna, red. D. Ostaszewska, R. Cudak, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2008.

Polska genologia literacka, red. D. Ostaszewska, R. Cudak, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2007.

Skowronek B., *Mediolingwistyka. Wprowadzenie*, Wydawnictwo UP, Kraków 2013.

Skubalanka T., Wojtak M., *Wybór tekstów nowopolskich z wieku XVIII–XX*, cz. 1–2, Wydawnictwo UMCS, Lublin 1978.

Style współczesnej polszczyzny. Przewodnik po stylistyce polskiej, red. E. Malinowska, J. Nocoń, U. Żydek-Bednarczuk, Towarzystwo Autorów i Wydawców Prac Naukowych „Universitas", Kraków 2013.

Witosz M., *Genologia lingwistyczna: zarys problematyki*, Wydawnictwo UŚ, Katowice 2005.

Wojtak A., *Gatunki prasowe*, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2004.

Wojtak M., *Głosy z teraźniejszości. O języku współczesnej polskiej prasy*, Wydawnictwo Wyższej Szkoły Przedsiębiorczości i Administracji, Lublin 2010.

Wojtak M., *Językoznawca na medialnym polu badawczym*, „Stylistyka" 2014, t. 23.

Wojtak M., *O języku i stylu „Wesela" Stanisława Wyspiańskiego*, Wydawnictwo UMCS, Lublin 1988.

Grzegorz Ptaszek
AGH w Krakowie

WKŁAD PROFESOR MARII WOJTAK W ROZWÓJ GENOLOGII MEDIALNEJ

Gatunek medialny jako przedmiot badań w obszarze nauk o mediach

W badaniach nad mediami termin *gatunek medialny* funkcjonuje obok – mającego długą tradycję – terminu *gatunek dziennikarski*[1]. W Polsce jednym z pierwszych badaczy, którzy proponowali posługiwanie się zbiorczą kategorią *gatunek medialny* na określenie używanych przez dłuższy czas w piśmiennictwie medioznawczym szczegółowych określeń dla gatunku prasowego, radiowego, telewizyjnego i kinowego, był Tomasz Goban-Klas[2]. Jak słusznie zauważa Janina Fras[3], posługiwanie się hiperonimicznym pojęciem umożliwia wyodrębnianie wszystkich typów wypowiedzi w mediach masowych i we wszystkich przekazach medialnych (prasie, radiu, telewizji, internecie, kinie), a nie tylko tych, odnoszących się do prasy i tworzonych przez dziennikarzy. Ponadto, według Fras, posługiwanie się bardziej pojemną kategorią, jaką jest *gatunek medialny*, umożliwia badaczowi uwzględnienie w genologicznych analizach tych wypowiedzi, które właśnie nie są tworzone przez dziennikarzy, lecz są wytworem szeroko rozumianego przemysłu medialnego oraz – co trzeba wyraźnie podkreślić – przez samych użytkow-

[1] Por. J. Fras, *Podstawy identyfikacji typologii w mediach masowych*, [w:] *Komunikologia. Teoria i praktyka komunikacji*, red. E. Kulczycki, M. Wendland, Wydawnictwo Naukowe IF UAM, Poznań 2012; M. Lisowska-Magdziarz, *Media powszechne. Środki komunikowania masowego i szerokie paradygmaty medialne w życiu codziennym Polaków u progu XXI w.*, Wydawnictwo UJ, Kraków 2008; eadem, *Pytanie o genologię mediów w kulturze partycypacji. Próba rekonesansu metodologicznego*, [w:] *Gatunki i formaty we współczesnych mediach*, red. W. Godzic, A. Kozieł, J. Szylko-Kwas, Poltext, Warszawa 2015; G. Ptaszek, *W stronę bezgatunkowości mediów? O funkcji gatunków medialnych w procesie odbioru*, [w:] *Gatunki i formaty…*, *op. cit.*; Z. Bauer, *Gatunki dziennikarskie*, [w:] *Dziennikarstwo i świat mediów*, red. Z. Bauer, E. Chudziński, Universitas, Kraków 2009; K. Kaszewski, *Ewolucja wzorca gatunkowego recenzji gry komputerowej (1995–2015)*, [w:] *Gatunki i formaty…*, *op. cit.*

[2] T. Goban-Klas, *Media i komunikowanie masowe. Teorie i analizy prasy, radia, telewizji i internetu*, PWN, Warszawa 1999, s. 197–200.

[3] J. Fras, *op. cit.*, s. 24.

ników (tzw. *user generated content*)[4]. W podobny sposób na temat zasadności posługiwania się pojęciem *gatunek medialny* w miejsce szczegółowego *gatunek dziennikarski* wypowiadał się Zbigniew Bauer, zdaniem którego zmiana nazwy przenosi ciężar kreacji i odpowiedzialności z dziennikarzy (dziennikarstwa) na media (zespół norm kodowania i dekodowania). Kontynuując myśl Bauera, należy dodać, że posługiwanie się pojęciem *gatunek medialny* umożliwia również badaczowi dokonywanie genologicznych analiz w oderwaniu od aspektu dydaktycznego (normatywnego), czyli tego, jak powinna wyglądać wzorcowa realizacja tekstu tworzonego w ramach określonego gatunku (wraz z dokonywaniem ocen normatywnych), co wciąż jest domeną genologii dziennikarskiej, a co niektórzy badacze zajmujący się genologią medialną krytykują (np. Wiesław Godzic, Małgorzata Lisowska-Magdziarz).

Skoro badacze mediów posługują się pojęciem *gatunek medialny*, wydaje się zatem, że powinna – wzorem genologii dziennikarskiej – istnieć subdyscyplina (może dziedzina w obrębie?) nauk o mediach zwana genologią medialną[5], która przedmiotem swoich badań uczyniłaby różne gatunki medialne pod kątem ich kulturowych uwarunkowań, indeksów gatunkowych, procesów kodowania i dekodowania, przenikania się gatunków oraz opisu i wyjaśniania różnych zjawisk genologicznych, jakie współcześnie obserwuje się w mediach w związku z dużą różnorodnością pojawiających się tam tekstów[6].

Nasuwa się jednak pytanie, czy taka subdyscylina powinna dążyć do wypracowania spójnej metodologii, mającej zastosowanie do różnych mediów, opartych na różnych porządkach semiotycznych oraz uwzględniająca szczególne cechy danego medium[7]? Niektórzy badacze krytykują takie podejście, podkreślając, że

[4] Te ostatnie wypowiedzi stanowią ciekawy przedmiot badań genologicznych, z którymi dotychczasowe ustalenia genologii medialnej wydają sobie nie radzić.

[5] Edward Balcerzan w 2000 roku w szkicu zatytułowanym *W stronę genologii multimedialnej* proponował, aby taką wspólną różnym mediom genologię nazywać multimedialną, widząc w niej nie tylko metaforę współczesności, ale również sposób poradzenia sobie z konsekwencją istnienia różnych przekaźników w przestrzeni kultury (E. Balcerzan, *W stronę genologii multimedialnej*, [w:] *Genologia dzisiaj*, red. W. Bolecki, I. Opacki, Instytut Badań Literackich, Warszawa 2000). Ta – jak się okazało – rewolucyjna koncepcja nie zyskała wśród medioznawców zwolenników.

[6] K. Wolny-Zmorzyński i A. Kozieł proponują, aby genologię przekazów medialnych ujmować dwuwarstwowo: poziom pierwszy stanowiłyby rodzaje: literackie, dziennikarskie, filmowe, naukowe, reklamowe, teatralno-estradowe, muzyczne, sztuk pięknych, występujące w prasie, radiu, telewizji, internecie i najnowszych kanałach przekazu (K. Wolny-Zmorzyński, A. Kozieł, *Genologia dziennikarska*, „Studia Medioznawcze" 2013, nr 3, s. 29). Propozycja ta, zamiast porządkować przekazy medialne, powoduje jeszcze większe komplikacje, definiując media bardzo szeroko jako wszelkie nośniki treści.

[7] Podczas konferencji naukowej „Współczesne media – gatunki w mediach", która odbyła się w Lublinie w dniach 4–5 marca 2016 roku, profesor Jerzy Bartmiński postulował stworzenie

założeń wypracowanych na gruncie jednej dyscypliny nie można łatwo przełożyć na inną[8]. Tak na przykład uważają filmoznawcy, którzy w klasyfikowaniu i opisywaniu gatunków filmowych kategoriami literaturoznawczymi widzą współcześnie duże ograniczenia, podobnie zresztą jak medioznawcy zajmujący się badaniem gatunków telewizyjnych czy internetowych. Są jednak i tacy badacze, jak Kazimierz Wolny-Zmorzyński i Andrzej Kozieł, zdaniem których istnienie takiej dziedziny jest sprawą oczywistą.

> Wobec gwałtownego przyspieszenia technologicznego – teoretyczna refleksja gatunkowa staje się obecnie bardzo potrzebna. Bez orientacji genologicznej nie da się analizować postępującego zjawiska konwergencji, polegającego na wzajemnym upodabnianiu się form przekazu mediów tradycyjnych z tymi występującymi w tak zwanych „nowych mediach"[9].

Niniejszy tekst ma na celu omówienie wkładu profesor Marii Wojtak – wybitnej lubelskiej lingwistki, która teorię gatunków uczyniła jednym ze swoich głównych obszarów badawczych – w rozwój genologii medialnej. Stworzone przez nią założenia teoretyczne można zaaplikować do badania gatunków medialnych innych niż prasowe (co sygnalizowała w swoich tekstach). Koncepcje te, choć zakorzenione w lingwistycznej tradycji badawczej (genologia lingwistyczna, analiza dyskursu, tekstologia), mogą stanowić dla medioznawców nie-lingwistów użyteczne narzędzie pozwalające na analizę zjawisk genologicznych trudnych do opisu ze względu na brak stosownych kategorii i kryteriów badawczych.

Tło i inspiracje teoretyczne koncepcji Marii Wojtak

W artykule *Językoznawca na medialnym polu badawczym* Maria Wojtak charakteryzuje dwie role, w jakie lingwista wkraczający na medioznawcze pole badawcze może się wcielić: hegemona i suwerena. „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"[10], z kolei lingwista suweren:

> […] wybiera zakres i sposób dookreślania przedmiotu badań, sytuuje swe rozważania w określonym nurcie własnej dyscypliny (powielanym lub modyfikowanym), wybiera postawę otwartości

genologii uniwersalnej, która przy wykorzystaniu narzędzi wypracowanych na gruncie lingwistyki badałaby różne gatunki, w tym gatunki medialne.

[8] Tak twierdzi amerykański medioznawca Jason Mittell.

[9] K. Wolny-Zmorzyński, A. Kozieł, *op. cit.*, s. 34.

[10] M. Wojtak, *Językoznawca na medialnym polu badawczym*, [w:] *Rozłożone gazety. Studia z zakresu prasowego dyskursu języka i stylu*, red. M. Wojtak, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2015, s. 17.

na inspiracje płynące z teorii komunikacyjnych i innych profili badawczych skupionych w ramach medioznawstwa[11].

Czytelnicy, którzy znają prace naukowe Wojtak poświęcone genologicznym analizom gatunków prasowych, wiedzą, że badaczka, przyjęła rolę lingwisty suwerena, wywodząc swoje rozważania z teorii i koncepcji związanych z lingwistyką tekstu, analizą dyskursu oraz genologią lingwistyczną i będąc jednocześnie otwartą na koncepcje w ramach medioznawstwa. Ta otwartość pozwoliła jej wypracować bez popadania w eklektyzm metodologiczny zręby teorii, która zawiera „pojęcia operacyjne i metody umożliwiające zintegrowaną charakterystykę zbioru gatunków powiązanych relacjami pokrewieństwa i obsługujących określoną dziedzinę komunikacji"[12]. Punktem wyjścia dla swoich genologicznych rozważań badaczka czyni gatunek, który traktuje jako „twór abstrakcyjny (model, wzorzec) mający jednak różnorodne konkretne realizacje w formie wypowiedzi, a także jako zbiór konwencji, które podpowiadają członkom określonej wspólnoty komunikatywnej, jaki kształt nadać konkretnym interakcjom"[13]. Takie rozumienie gatunku pojawia się również w pracach medioznawczych, żeby przypomnieć np. definicję gatunku Jane Feuer, dla której „gatunek jest ostatecznie konceptem abstrakcyjnym aniżeli czymś, co rzeczywiście istnieje"[14].

W sposobie myślenia o gatunku Wojtak odwołuje się do trzech perspektyw myślenia o gatunku jako kategorii złożonej: **perspektywy dynamicznej** (gatunek jako zjawisko komunikacyjne i szerzej kulturowe), **perspektywy statycznej** (gatunek jako typ tekstu, model pozwalający łączyć teksty o podobnych właściwościach) i **perspektywy konkretyzującej** (gatunek jako zbiór wypowiedzi lub wypowiedź będąca najlepszym egzemplarzem, reprezentantem zbioru). Każda z tych perspektyw wyznacza ramy teorii gatunku sformułowanej przez badaczkę. Takie całościowe spojrzenie na gatunek pozwala uchwycić zarówno zmiany kulturowe, które przyczyniają się do jego przeobrażeń, jak i pewne wspólne cechy klasy tekstów.

Wzorzec gatunkowy i jego aspekty (komponenty), czyli test na gatunkowość tekstu

Każdy gatunek, będący abstrakcyjnym tworem, mającym jednak konkretne realizacje tekstowe, posiada określony schemat – wzorzec gatunkowy, który Wojtak

[11] *Ibidem*, s. 18.

[12] M. Wojtak, *Gatunki prasowe*, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2004, s. 15.

[13] *Ibidem*, s. 16.

[14] J. Feuer, *Genre study and television*, [w:] *Channels of Discourse, Reassembled: Television and Contemporary Criticism*, University of North Carolina Press, London 1992, s. 144.

definiuje jako „zbiór reguł dookreślających najważniejsze poziomy organizacji gatunkowego schematu, relacje między poziomami i sposoby funkcjonowania owych poziomów”[15]. Wzorzec gatunkowy zawiera cztery komponenty: **strukturalny** (kompozycja, relacja między poszczególnymi segmentami, rama tekstowa), **pragmatyczny** (związany z sytuacją komunikacyjną, rolą nadawcy i odbiorcy, relacjami między nimi, a także cel komunikacyjny i kontekst), **poznawczy** (tematyka i sposób jej przedstawienia), **stylistyczny** (wynikający ze struktury i dookreślony pragmatycznie). Tak zdefiniowane komponenty wzorca należy – co podkreśla Wojtak – traktować jako całość wzorca.

Wyróżnione przez badaczkę tzw. aspekty wzorca umożliwiają wyodrębnianie najważniejszych komponentów już w konkretnych realizacjach tekstowych, które decydują o przynależności tekstu do określonego gatunku. W przypadku gatunków opartych na więcej niż jednym kodzie, np. telewizyjnych czy internetowych, jedne aspekty mogą być bardziej wyraziste, a inne mniej (np. w przypadku mema internetowego – bardzo wyrazisty będzie aspekt strukturalny). We wszystkich gatunkach medialnych, bez względu na tworzywo, da się wyróżnić elementy wskazane przez Wojtak. Na przykład styl wypowiedzi, co podkreślają Kozieł i Wolny-Zmorzyński, składa się na każdy gatunek:

> Swoją odrębną stylistykę mają gatunki radiowe, jak na przykład reportaż radiowy, oraz produkcje telewizyjne, np. *sitcom*, *talk-show*, różnego rodzaju *game-show*, a nawet lista lektorska filmu edukacyjnego. W gatunkach obrazowych styl wypowiedzi buduje pojedynczy obraz (jak np. uwypuklenie i przerysowanie w karykaturze) lub ich sekwencja (np. telewizyjny przekaz typu *no comment*)[16].

Aspekt stylistyczny w przypadku gatunków narracyjnych uwidacznia się w sposobie opowieści. Podobnie jest z aspektem strukturalnym – tutaj również w przypadku gatunków telewizyjnych czy internetowych możemy wyróżnić charakterystyczne segmenty i wskazać na poszczególne relacje między nimi, na przykład schemat, na jakim bazują programy typu *makeover show*, czyli telewizyjne metamorfozy.

Poza tym wyróżnione przez Wojtak aspekty (komponenty) wzorca gatunkowego pozwalają badać teksty (a więc gatunkowe realizacje) w odniesieniu do tych cech, które również w genologicznych pracach medioznawczych uznawane są za ważne, jak np. rola nadawcy i odbiorcy oraz relacja między nimi. Badaczka podkreśla, że reguły wzorca funkcjonują często jako zbiór niepisanych prawideł,

[15] M. Wojtak, *Gatunki prasowe*, *op. cit.*, s. 16.
[16] A. Kozieł, K. Wolny-Zmorzyński, *op. cit.*, s. 32.

z których istnienia zdają sobie sprawę twórcy wypowiedzi i których przestrzegają w praktyce komunikacyjnej[17].

Odmiany wzorca gatunkowego, czyli o różnorodności tekstowych realizacji

W koncepcji Marii Wojtak wzorzec gatunkowy nie jest traktowany, co ważne, ani jako byt trwały i stały, ani będący miarą doskonałości jednostkowych dokonań. Oznacza to, że w związku z dynamiką zachodzących procesów komunikacyjnych oraz zmiennością kontekstu społeczno-kulturowego, w jakim gatunki funkcjonują, wzorzec gatunkowy może ulegać przeobrażeniom (co zresztą ma często miejsce). W takiej sytuacji badaczka proponuje, aby mówić o trzech wariantach wzorca: **kanonicznym** (wariancie wzorca, który decyduje o tożsamości gatunku i zawiera najbardziej trwałe wyznaczniki strukturalne, pragmatyczne i stylistyczne; może być rzadko realizowany), **alternacyjnym** (wzorcu kreatywnym, powstającym wskutek przekształceń [modyfikacji] ilościowych lub jakościowych poszczególnych składników wzorca kanonicznego oraz zawierającym propozycje nowych rozwiązań; zwykle są to przekształcenia struktury, które jednak nie pozostają bez wpływu na inne aspekty wzorca), **adaptacyjnym** (nawiązaniu do obcych schematów gatunkowych, bardzo częstym w przypadku tzw. *advertainmentu*, czyli reklamy wykorzystującej formę serialu, zwiastuna filmowego czy krótkiego filmu)[18].

To ważne ustalenie pozwala uchwycić dynamikę zmian wzorca oraz zidentyfikować te teksty, które – z racji braku wyraźnych sygnałów gatunkowych – mogą być trudne w opisie czy identyfikacji. Niektóre zjawiska medialne, zwłaszcza obecne w internecie, należy badać w szerszym konteście społeczno-kulturowym, bowiem medium stanowi tylko jeden z czynników wpływających na modyfikację wzorca gatunkowego. Współcześnie, pod wpływem zjawiska konwergencji mediów oraz wzrostu zaangażowania odbiorców w tworzenie treści medialnych, często pojawiają się wzorce alternacyjne (jako przejaw kreatywności i odejścia od szablonowości tekstu, a także jako zabawa z odbiorcą).

Gatunek w formie kolekcji i kolekcja gatunków, czyli precyzyjniej o hybrydach gatunkowych

Jason Mittell, autor kulturowej koncepcji analizy gatunków, w jednej ze swoich publikacji stwierdza: „Nie możemy odrzucić analizy gatunków tylko dlatego,

[17] M. Wojtak, *Gatunki prasowe*, *op. cit.*, s. 17.

[18] G. Ptaszek, *Rozrywka w służbie reklamy* (*advertainment*), *czyli jak uśpić czujność konsumenta*, „Naukowy Przegląd Dziennikarski" 2015, nr 4.

że nie mamy do czynienia z czystymi realizacjami gatunkowymi, lecz musimy dostrzegać w każdym przypadku mnogość gatunków"[19]. Takie niejednorodne gatunkowo formy sprawiają badaczom najwięcej trudności, w związku z czym jedną z ciekawszych koncepcji stworzonych przez Wojtak, którą można zaadaptować do analiz genologicznych (nie tylko prasowych) w badaniach nad mediami (nie tylko w perspektywie lingwistycznej), jest koncepcja *gatunku w formie kolekcji* oraz koncepcja *kolekcji gatunków*. Pojęcie *kolekcji*, na co zwraca uwagę badaczka, było od dawna stosowane w analizach tekstologicznych (m.in. Jerzego Bartmińskiego), zaś na gruncie genologicznych analiz zostało użyte przez Wojtak zarówno w odniesieniu do gatunków prasowych, jak i nieprasowych (modlitewnika, regulaminu kawalerii, ścieżki dydaktycznej)[20].

Gatunek w formie kolekcji to gatunek złożony, składający się z innych gatunków trwale współwystępujących ze sobą, tworzących komunikacyjną całość i posiadających kompozycyjne (strukturalne) oraz funkcjonalne (komunikacyjne) zwieńczenie. W obrębie struktury (kompozycji) można wyróżnić wyraźnie utrwalone sygnały początku i końca (rama delimitacyjna). Poszczególne gatunki tworzące kolekcję dają się wyraźnie wyodrębnić w strukturze, która może mieć kompozycję: sylwiczną (a więc charakteryzującą się ciągłością przedstawienia, jednością nadawcy i spójnością komunikatu, finalnością oraz czytelnymi podziałami genologicznymi, przy czym różnorodnością tematyczną), blokową (przejawiającą się w grupowaniu „wypowiedzi jednorodnych pod względem genologicznym w otwarte lub zamknięte bloki" oraz „paralelizm niektórych układów bloków"), opierającą się na kontaminacji (schemat kompozycyjny dwu gatunków)[21].

Zwieńczenie funkcjonalne (komunikacyjne) polega na istnieniu ogólnej funkcji, funkcji przypisywanej całemu zbiorowi (można też mówić w tym przypadku o pojawieniu się globalnej intencji komunikacyjnej), oraz funkcji poszczególnych segmentów, które tworzą układ subsydiarny[22].

Z kolei **kolekcja gatunków** to seria zróżnicowanych gatunkowo wypowiedzi, stanowiących zbiór otwarty (bez kompozycyjnego zwieńczenia), spełniająca warunek jedności miejsca, czasu publikacji i izofunkcyjności[23].

Z wykorzystaniem omawianej koncepcji dokonuje się opisu i analizy nie tylko gatunków prasowych, co czyni sama jej autorka. W pracach medioznawczych

[19] J. Mittell, *Genre and Television. From Cop Shows to Cartoons in American Culture*, Routledge, New York–London 2004, s. XIII.

[20] M. Wojtak, *Gatunek w formie kolekcji a kolekcja gatunków*, [w:] „Poznańskie Spotkania Językoznawcze", t. 15, red. Z. Krążyńska, Z. Zagórski, Wydawnictwo PTPN, Poznań 2006. Tam również przyp. 1.

[21] *Ibidem*, s. 144–145.

[22] *Ibidem*, s. 146.

[23] *Ibidem*, s. 151.

można znaleźć przykłady gatunków telewizyjnych, których opisu i analizy dokonuje się w taki właśnie sposób, np. Beata Grochala używa stworzonej przez Marię Wojtak koncepcji kolekcji gatunków do analizy genologicznej telewizyjnej transmisji sportowej[24], Ewa Szkudlarek-Śmiechowicz wykorzystuje zaś koncepcję gatunku w formie kolekcji do analizy magazynu telewizyjnego. Ze względu na specyfikę medium gatunki tworzące kolekcję będą inaczej funkcjonowały w przypadku prasy, a inaczej w przypadku telewizji czy internetu. Innym przykładowym gatunkiem w formie kolekcji jest tzw. *morning show*, program składający się z takich gatunków, jak: *talk-show*, flesz, prognoza pogody, poradnik kulinarny itp. Koncepcja gatunku w formie kolekcji dobrze opisuje zjawisko telewizyjnych i internetowych gatunków złożonych, zwanych przez niektórych badaczy megagatunkami lub hipergatunkami. Pojęcie *megagatunku* zastosował do opisu gatunków złożonych jako pierwszy Wiesław Godzic w 2004 roku w książce *Telewizja i jej gatunki po Wielkim Bracie*. Jak zauważa Janina Fras: „[…] te złożone wypowiedzi medialne realizują więcej niż dwa różne gatunki lub zamykają w odrębną wypowiedź (całość) zbiór wielu, nie tylko samych formuł gatunkowych”[25]. Klasycznym przykładem megagatunku jest *reality show*.

Z kolei koncepcję kolekcji gatunków można zastosować do opisu zjawiska zwanego opowiadaniem transmedialnym (*transmedia storytelling*). Paradoksalnie nazwa nie odnosi się do znanego gatunku literackiego (opowiadania, które w jęz. angielskim nazywa się *short story* lub *conte*), lecz do czynności rozwijania narracji. Opowiadanie transmedialne jest to opowieść rozwijana na różnych platformach medialnych w zróżnicowanych gatunkowo tekstach. „W idealnej formie opowiadania transmedialnego każde medium porusza się w sferze, w której jest najlepsze, tak aby historia mogła zostać wprowadzona w filmie, a rozwinięta przez telewizję, powieść i komiksy”[26]. Spójność opowieści dokonuje się przez aktywne uczestnictwo czytelnika, który łączy fabuły narracyjne z różnych tekstów i mediów w jedną całość. Taka hybryda gatunkowa nie spełnia oczywiście wszystkich kryteriów wskazanych przez Wojtak (np. kryterium jedności miejsca i czasu publikacji), stanowi jednak zbiór otwarty, ponieważ to przemysł medialny decyduje, czy opowiadanie ma być dalej rozwijane.

[24] B. Grochala, *Telewizyjna transmisja sportowa jako kolekcja gatunków*, [w:] *Gatunki mowy i ich ewolucja*, t. 5: *Gatunek a granice*, red. D. Ostaszewska, J. Przyklenk, Wydawnictwo UŚ, Katowice 2015; eadem, *Telewizyjna transmisja sportowa w ujęciu genologii lingwistycznej (na materiale meczów transmisji piłki nożnej)*, Wydawnictwo UŁ, Łódź 2016.

[25] J. Fras, *op. cit.*, s. 20.

[26] H. Jenkins, *Kultura konwergencji. Zderzenie starych i nowych mediów*, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2006, s. 95–96.

Podsumowanie

Genologia medialna, jako obszar badań w obrębie nauk o mediach, nie wypracowała jak dotąd spójnych kryteriów taksonomii i analizy gatunków medialnych. Stworzona i rozwijana przez Marię Wojtak koncepcja analizy gatunkowej wydaje się niezwykle użyteczna w odniesieniu do zróżnicowanych medialnie tekstów, zarówno prasowych, jak i telewizyjnych czy internetowych. Małgorzata Lisowska-Magdziarz, zastanawiając się nad zasadnością taksonomii gatunków w mediach, twierdzi, że dotychczas w naukach o mediach:

> […] nie ma [więc] żadnej uniwersalnej taksonomii gatunkowej, która mogłaby jednoznacznie odpowiedzieć na pytanie: czy mem internetowy jest gatunkiem? Czym jest *selfie*? A *tweet*? Jeżeli *tweet* jest gatunkiem, to na podstawie jakich wyznaczników? Jeśli gatunkiem nie jest, to czym możemy go nazywać?[27].

Odpowiadając Lisowskiej-Magdziarz, warto zauważyć, iż wzorzec gatunkowy kształtuje się w wyniku określonej praktyki komunikacyjnej czy szerzej kulturowej, na co zwracała wielokrotnie uwagę Wojtak. O tym, że w przypadku przywoływanych przez krakowską badaczkę przykładów mamy jednak do czynienia z gatunkami, świadczy między innymi ich duża powtarzalność, która jest jednym z kryteriów oceny przynależności gatunkowej tekstu do określonego gatunku. Jednostkowa realizacja tekstowa nie uprawnia jeszcze badacza do stawiania pytań o status genologiczny tekstu.

Bibliografia

Balcerzan E., *W stronę genologii multimedialnej*, [w:] *Genologia dzisiaj*, red. W. Bolecki, I. Opacki, Instytut Badań Literackich, Warszawa 2000.

Bauer Z., *Gatunki dziennikarskie*, [w:] *Dziennikarstwo i świat mediów*, red. Z. Bauer, E. Chudziński, Universitas, Kraków 2009.

Feuer J., *Genre study and television*, [w:] *Channels of Discourse, Reassembled: Television and Contemporary Criticism*, red. R. C. Allen, University of North Carolina Press, London 1992.

Fras J., *Podstawy identyfikacji typologii w mediach masowych*, [w:] *Komunikologia. Teoria i praktyka komunikacji*, red. E. Kulczycki, M. Wendland, Wydawnictwo Naukowe IF UAM, Poznań 2012.

Goban-Klas T., *Media i komunikowanie masowe. Teorie i analizy prasy, radia, telewizji i internetu*, PWN, Warszawa 1999.

[27] M. Lisowska-Magdziarz, *Pytanie o genologię mediów…*, *op. cit.*

Grochala B., *Telewizyjna transmisja sportowa jako kolekcja gatunków*, [w:] *Gatunki mowy i ich ewolucja*, t. 5: *Gatunek a granice*, red. D. Ostaszewska, J. Przyklenk, Wydawnictwo UŚ, Katowice 2015.

Grochala B., *Telewizyjna transmisja sportowa w ujęciu genologii lingwistycznej (na materiale meczów transmisji piłki nożnej)*, Wydawnictwo UŁ, Łódź 2016.

Jenkins H., *Kultura konwergencji. Zderzenie starych i nowych mediów*, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2006.

Kaszewski K., *Ewolucja wzorca gatunkowego recenzji gry komputerowej (1995–2015)*, [w:] *Gatunki i formaty we współczesnych mediach*, red. W. Godzic, A. Kozieł, J. Szylko-Kwas, Poltext, Warszawa 2015.

Lisowska-Magdziarz M., *Media powszechne. Środki komunikowania masowego i szerokie paradygmaty medialne w życiu codziennym Polaków u progu XXI w.*, Wydawnictwo UJ, Kraków 2008.

Lisowska-Magdziarz M., *Pytanie o genologię mediów w kulturze partycypacji. Próba rekonesansu metodologicznego*, [w:] *Gatunki i formaty we współczesnych mediach*, red. W. Godzic, A. Kozieł, J. Szylko-Kwas, Poltext, Warszawa 2015.

Mittell J., *Genre and Television. From Cop Shows to Cartoons in American Culture*, Routledge, New York–London 2004.

Ptaszek G., *Rozrywka w służbie reklamy* (*advertainment*), *czyli jak uśpić czujność konsumenta*, „Naukowy Przegląd Dziennikarski" 2015, nr 4.

Ptaszek G., *W stronę bezgatunkowości mediów? O funkcji gatunków medialnych w procesie odbioru*, [w:] *Gatunki i formaty we współczesnych mediach,* red. W. Godzic, A. Kozieł, J. Szylko-Kwas, Poltext, Warszawa 2015.

Wojtak M., *Gatunek w formie kolekcji a kolekcja gatunków*, [w:] „Poznańskie Spotkania Językoznawcze", t. 15, red. Z. Krążyńska, Z. Zagórski, Wydawnictwo PTPN, Poznań 2006.

Wojtak M., *Gatunki prasowe*, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2004.

Wojtak M., *Językoznawca na medialnym polu badawczym,* [w:] *Rozłożone gazety. Studia z zakresu prasowego dyskursu języka i stylu*, red. M. Wojtak, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2015.

Wolny-Zmorzyński K., Kozieł A., *Genologia dziennikarska*, „Studia Medioznawcze" 2013, nr 3.

Zofia Bilut-Homplewicz, Anna Hanus
Uniwersytet Rzeszowski

KONTRASTYWNOŚĆ INTERLINGWISTYCZNA W KONTEKŚCIE INSPIRACJI TEKSTOLOGICZNYCH MARII WOJTAK

1. Uwagi wstępne

Przedmiotem rozważań niniejszego artykułu uczynimy dorobek naukowy Marii Wojtak w kontekście badań i ustaleń genologii germanistycznej. Uściślimy dotychczasowe sposoby rozumienia kontrastowania i kontrastywności w porównaniach międzyjęzykowych. Szczególnie skupimy się jednak na pojęciu *kontrastywności interlingwistycznej* w odniesieniu do wybranych aspektów i kategorii badań tekstologicznych w ujęciach Wojtak w porównaniu z podejściami germanistycznymi. Postaramy się jednocześnie uwypuklić przejawy dialogu w różnorodności tekstologicznych poszukiwań, uwzględniając badania polonistyczne i germanistyczne.

2. Kontrastywność w badaniach międzyjęzykowych a kontrastywność interlingwistyczna

Konfrontowanie, kontrastowanie, zestawianie i zderzanie ze sobą różnych wielkości to działanie bliskie każdemu człowiekowi, każdemu użytkownikowi języka uwikłanemu w procesy komunikacyjne. W językoznawstwie pierwsze próby kontrastowania międzyjęzykowego podejmowane były na płaszczyźnie systemów językowych. Porównywano najczęściej systemy gramatyczne, fonetyczne/fonologiczne, leksykalne, słowotwórstwo, frazeologię, leksykografię, języki specjalistyczne, zapożyczenia w obrębie dwóch języków. Pod wpływem przełomu pragmalingwistycznego językoznawcy zwrócili się w kierunku badań kontrastywnych na płaszczyźnie tekstu. Pewną cezurą w tym zakresie był rok 1980, kiedy to ukazała się monografia Reinharda R. K. Hartmanna *Contrastive Textology. Comparative Discourse Analysis in Applied Linguistics*[1]. Autor podjął w niej próbę ‘przysto-

[1] R. R. K. Hartmann, *Contrastive Textology. Comparative Discourse Analysis in Applied Linguistics*, Groos Verlag, Heidelberg 1980.

sowania' lingwistyki tekstu do badań kontrastywnych. Jak jednak słusznie zauważają Wolfgang Pöckl[2] i Kirsten Adamzik[3], cele, jakie sobie stawiał Hartmann, co prawda bardzo ambitne, nie były niczym innym, jak swego rodzaju kontynuacją rozwoju stylistyki kontrastywnej na płaszczyźnie tekstu.

Praktyczną próbę kontrastowania wybranych rodzajów tekstu[4] podjął niespełna rok później niemiecki lingwista Bernd Spillner, który w swojej publikacji *Textsorten im Sprachvergleich. Ansätze zu einer Kontrastiven Textologie* [*Kontrastowanie rodzajów tekstu. Przyczynek do tekstologii kontrastywnej*][5] przedstawił wyniki porównań skonwencjonalizowanych tekstów użytkowych. Analizami objął niemieckie i francuskie teksty równoległe[6], takie jak: prognoza pogody, ogłoszenie matrymonialne, nekrolog itp. Bernd Spillner zaproponował prowadzenie badań kontrastywnych w dwóch podstawowych zakresach, a mianowicie w zakresie kontrastowania tekstów jako takich w ramach kontrastywnej lingwistyki tekstu [*Kontrastive Textlinguistik*] – obecnie na obszarze niemieckojęzycznym badania w tym zakresie nie są kontynuowane – oraz kontrastowanie na płaszczyźnie tekstu w ramach tekstologii kontrastywnej [*Kontrastive Textologie*], polegające na porównywaniu i charakterystyce rodzajów tekstów w wybranych językach. Zasługą tekstologii kontrastywnej, którą bez wątpienia można by nawet określić mianem specjalności germanistycznej, było zatem zapoczątkowanie badań kontrastywnych na płaszczyźnie tekstu. Kierunek ten przyczynił się także do rozwoju genologii, stanowiącej jeden z kluczowych zakresów lingwistyki tekstu.

We współczesnych analizach kontrastywnych, biorąc pod uwagę badania w zakresie poszczególnych języków czy też kultur językowych, można wyróżnić trzy płaszczyzny porównań:

---

[2] W. Pöckl, *Kontrastive Textologie*, [w:] *Kontrastive Textologie*, red. E. M. Eckkrammer, N. Hödl, W. Pöckl, Praesens Verlag, Wien 1999, s. 13–46.

[3] K. Adamzik, *Die Zukunft der Textsortenlinguistik. Textsortennetze, Textsortenfelder, Textsorten im Verbund*, [w:] *Zur Kulturspezifik von Textsorten*, red. U. Fix, S. Habscheid, J. Klein, Stauffenburg Verlag, Tübingen 2001, s. 15–30.

[4] Określenie *rodzaj tekstu* stosujemy w odniesieniu do tekstów użytkowych zgodnie z tradycją germanistyczną, według której odróżnia się *Textsorte* (*rodzaj tekstu*) i *Textgattung* (*gatunek tekstu*), przy czym ten ostatni termin odnosi się do tekstów literackich.

[5] B. Spillner, *Textsorten im Sprachvergleich. Ansätze zu einer Kontrastiven Textologie*, [w:] *Kontrastive Linguistik und Übersetzungswissenschaft. Akten des Internationalen Kolloquiums Trier – Saarbrücken 25–30.09.1978*, Fink Verlag, München 1981.

[6] Pod pojęciem *teksty równoległe* rozumie się zazwyczaj teksty powstałe w dwóch językach, wytworzone w analogicznych sytuacjach komunikacyjnych, w podobnym celu i należące do tego samego rodzaju tekstu (por. H.-H. Lüger, H. E. H. Lenk, *Kontrastive Medienlinguistik. Ansätze, Ziele, Analysen*, [w:] *Kontrastive Medienlinguistik*, red. H.-H. Lüger, H. E. H. Lenk, Verlag Empirische Pädagogik, Landau 2008, s. 11–30). Można także brać pod uwagę kolejne kryteria, takie jak: medium, przedział czasowy, tematyka tekstów wybranych do porównań.

• porównywanie systemów językowych najczęściej dwóch języków – kontrastywność międzyjęzykowa [*interlinguale Kontrastivität*];

• kontrastowanie na płaszczyźnie tekstu, a w ostatnich czasach także na płaszczyźnie dyskursu w ramach tekstologii kontrastywnej – kontrastywność międzytekstowa [*intertextuelle Kontrastivität*];

• kontrastywność interlingwistyczna [*interlinguistische Kontrastivität*[7]].

Ostatnia z płaszczyzn wymienionych badań kontrastywnych różni się od dwóch poprzednich punktem odniesienia. Chodzi tu bowiem o porównywanie analogicznych dyscyplin lingwistyki w różnych krajach i/lub kulturach piśmienniczych oraz o ukazywanie i wyjaśnianie cech charakterystycznych wybranych obszarów badawczych, prezentowanie i dyskutowanie stanu badań, problemów, akcentowanie różnic i podobieństw oraz wspólnych podejść, jak również zakreślanie dezyderatów. W tym kontekście jednak ważne wydaje się przede wszystkim spojrzenie z innej perspektywy na badania w danym obszarze językowym – z perspektywy autorów uwikłanych w inny kontekst badawczy. Takie spojrzenie zdaje się szczególnie cenne w porównaniach obszarów badawczych o odmiennej specyfice i różniących się od siebie tradycją, ponieważ daje możliwość głębszej refleksji nad dyscypliną w wybranych kulturach piśmienniczych. Badania kontrastywne zajmujące się porównywaniem głównych nurtów germanistycznej tekstologii, lingwistyki dyskursu i teorii komunikacji oraz podobnych bądź analogicznych zakresów na gruncie polonistycznym stopniowo rozwijane są także przez polskich neofilologów. Intensywnie są one prowadzone między innymi na Uniwersytecie Rzeszowskim w Ośrodku Badawczo-Dydaktycznym i Transferu Wiedzy *Tekst – Dyskurs – Komunikacja*, gdzie powstaje wiele prac kontrastywnych[8] w tym

[7] Por. Z. Bilut-Homplewicz, *Prinzip Perspektivierung. Germanistische und polonistische Textlinguistik – Entwicklungen, Probleme, Desiderata*. Teil 1: *Germanistische Textlinguistik*, Peter Lang Verlag, Frankfurt am Main 2013.

[8] Przykładowo: eadem, *Prinzip Kontrastivität. Einige Anmerkungen zum interlingualen, intertextuellen und interlinguistischen Vergleich*, [w:] *Vom Wort zum Text. Studien zur deutschen Sprache und Kultur. Festschrift für Professor Józef Wiktorowicz zum 65. Geburtstag*, red. W. Czachur, M. Czyżewska, Wydawnictwa UW, Warszawa 2008, s. 483–492; eadem, *Lingwistyka tekstu w Polsce i w Niemczech – próba bilansu*, [w:] *Lingwistyka tekstu w Polsce i w Niemczech. Pojęcia, problemy, perspektywy*, red. Z. Bilut-Homplewicz, W. Czachur, M. Smykała, Atut, Wrocław 2009, s. 325–341; eadem, *Sind Diskurs und dyskurs terminologische Tautonyme? Zu Unterschieden im Verstehen der Termini in der deutschen und polnischen Linguistik*, [w:] *Die Ordnung des Standards und die Differenzierung der Diskurse. Akten des 41. Linguistischen Kolloquiums in Mannheim 2006*, red. B. Henn-Memmesheimer, J. Franz, Peter Lang Verlag, Frankfurt am Main 2009, s. 49–59; eadem, *Tautonimia terminologiczna? Kilka uwag o użyciu terminów „Diskurs" i „dyskurs" w językoznawstwie niemieckim i polskim*, „Słowo. Studia językoznawcze", red. K. Ożóg, Wydawnictwo UR, Rzeszów 2010, s. 21–33; eadem, *Wie viel Stilistik in der Textlinguistik? Anmerkungen zur Thematisierung der Stilistik in der deutschen und polnischen Forschung*, [w:] *Text und Stil. (Studien*

zakresie, a badacze próbują podejmować dialog i budować mosty pomiędzy kulturami badawczymi różnych krajów.

3. Wybrane aspekty i kategorie badań tekstologicznych w ujęciach Marii Wojtak *versus* podejścia germanistyczne

Maria Wojtak, lingwistka, której zainteresowania badawcze oscylują wokół zagadnień genologicznych i stylistycznych, swoje analizy umieściła i prowadzi między innymi na gruncie tekstów prasowych. To właśnie w odniesieniu do nich powstała jej teoria o trójdzielności wzorców gatunkowych. Jako pierwsza badaczka podejmująca złożone aspekty genologii lingwistycznej w sposób tak kompleksowy zajęła się analizą tekstów zamieszczanych w prasie i funkcjonujących w określonym zakresie komunikacji medialnej, czym ugruntowała nurt badań lingwistycznych idących w kierunku eksploracji tekstów/komunikatów medialnych. I mimo iż pojęcie *mediolingwistyka* w znaczeniu samodzielnego obszaru lingwistyki wprowadził dopiero w roku 2013 Bogusław Skowronek[9], nie można zaprzeczyć, że badania w tym zakresie podejmowane były między innymi przez Wojtak

zur Text- und Diskursforschung), red. Z. Bilut-Homplewicz, A. Mac, M. Smykała, I. Szwed, Peter Lang Verlag, Frankfurt am Main 2010, s. 99–114; eadem, *Zwei verschiedene Welten? Ausgewählte germanistische und polonistische Monographien zur Textlinguistik*, [w:] *In mediam Linguam: Mediensprache – Redewendungen – Sprachvermittlung. Festschrift für Heinz-Helmut Lüger zum 65. Geburtstag*, red. P. Schäfer, Ch. Schowalter, Verlag, Empirische Pädagogik, Landau 2011, s. 416–429; eadem, *Perspektivität bei der Charakterisierung einer linguistischen Disziplin. Zu einigen nicht nur terminologischen Unterschieden in der germanistischen und polonistischen Textlinguistik*, „Colloquia Germanica Stetinensia" 20, red. R. Lipczuk, D. Sośnicka, Wydawnictwo Naukowe USz, Szczecin 2012, s. 19–33; eadem, *Prinzip Perspektivierung…*, *op. cit.*; A. Hanus, *Czy „gatunek" to „rodzaj"? W gąszczu genologii polonistycznej i germanistycznej*, „Stylistyka", t. 21, red. S. Gajda, Wydawnictwo UO. Instytut Filologii Polskiej, Opole 2012, s. 319–333; eadem, *Gdzie krzyżują się drogi w polonistycznym i germanistycznym rozumieniu stylu?*, „Stylistyka", t. 24, red. E. Malinowska, Wydawnictwo UO. Instytut Filologii Polskiej, Opole 2015, s. 422–443; eadem, *Wie werden Stil, Gattung, Text und Diskurs in der Polonistik positioniert? Grundbegriffe der Text- und Diskursforschung im deutsch-polnischen Vergleich – dargestellt aus dem Blickwinkel eines germanistischen Forschers*, „Studia Germanica Gedanensia" 33, red. D. Olszewska, A. Kątny, A. Socka, Wydawnictwo UG, Gdańsk 2015, s. 176–193; A. Hanus, I. Szwed, *Przekład tekstu naukowego na tle lingwistycznych badań polonistycznych i germanistycznych*, „Stylistyka", t. 23, red. E. Malinowska, Wydawnictwo UO. Instytut Filologii Polskiej, Opole 2014, s. 357–375; Z. Bilut-Homplewicz, A. Hanus, I. Szwed, *Zwischen Bachtin und Beipackzettel: Polonistische Textsortenlinguistik in der Übersetzung für deutschsprachige Adressaten*, „Zeitschrift des Verbandes Polnischer Germanisten" 2015, Heft 4, red. Z. Berdychowska, R. Kołodziej, P. Zarychta, Wydawnictwo UJ, Kraków 2015, s. 17–30.

[9] Skowronek B., *Mediolingwistyka. Wprowadzenie*, Wydawnictwo Uniwersytetu Pedagogicznego w Krakowie, Kraków 2013.

już o wiele wcześniej. Badaczka już od pierwszych lat nowego stulecia znakomicie łączy bowiem zagadnienia prasoznawcze z tekstologicznymi i stylistycznymi. Tworząc syntezy, przekracza granice dyscyplin, wykorzystując instrumentarium tekstologiczno-genologiczne, bada teksty prasowe, sięgając jednocześnie po inspiracje badaniami stylistycznymi. Można zatem powiedzieć, że badania Wojtak w zakresie mediów ukierunkowane lingwistycznie wyraźnie wykazują zbieżność z kierunkami badań mediolingwistycznych w krajach niemieckojęzycznych. Mediolingwistyka wyodrębniła się na tym obszarze jako subdyscyplina lingwistyczna zajmująca się językiem i jego użyciem w komunikacji medialnej, plasuje się ona także na pograniczu językoznawstwa i medioznawstwa. Maria Wojtak, łącząc i interpretując metody badawcze z zakresu prasoznawstwa, tekstologii i stylistyki rodzimej, a także nawiązując do głównych nurtów badań prowadzonych w tym zakresie w Europie Zachodniej, stała się, co można bez wątpienia powiedzieć, prekursorką mediolingwistyki w badaniach polonistycznych.

Zainteresowania badawcze Wojtak, jak już wspomniano, skupiają się na złożonych kwestiach genologicznych. Jednak o ile główny nurt badań polonistycznych w tym zakresie koncentruje się zarówno na analizach form artystycznych, jak i użytkowych, a tendencją dominującą są badania nad pojedynczymi gatunkami[10], to autorka prowadzi rozważania teoretyczne dotyczące przede wszystkim tekstów użytkowych[11], chociaż nie jest jej obca również analiza tekstów literackich[12]. W jej interpretacji wypowiedzi użytkowe to takie, „które funkcjonują prymarnie poza literaturą, służąc określonym celom praktycznym […]”[13]. Badaczka, wielokrotnie postulując konieczność prowadzenia i rozszerzania badań nad tekstami użytkowymi, nawiązuje, a nawet bardzo mocno zbliża się do głównego nurtu badań germanistycznych, gdyż germanistyczna lingwistyka tekstu prawie wyłącznie zajmuje się tekstami użytkowymi w szerszym tego słowa znaczeniu[14], a teksty literackie sytuują się na obrzeżach jej badań lub ich analiza jest postulowana[15]. Znaczący

[10] Genologia germanistyczna poświęca swą uwagę głównie tekstom użytkowym, oczywiście znajdujemy w niej również opracowania dotyczące pojedynczych gatunków/rodzajów tekstów. Por. M. Wojtak, *Genologia tekstów użytkowych*, [w:] *Polska genologia lingwistyczna*, red. D. Ostaszewska, R. Cudak, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2008, s. 339–352.

[11] Por. M. Wojtak, *Genologia tekstów użytkowych…*, *op. cit.*

[12] Por. np. M. Wojtak, *O języku i stylu polskiego dramatu. Studia i szkice*, Wydawnictwo UMCS, Lublin, 2014.

[13] M. Wojtak, *Genologia tekstów użytkowych…*, *op. cit.*, s. 340.

[14] Genologia germanistyczna, zajmując się od wielu lat tekstami użytkowymi, rozwinęła się również w kierunku badań tekstów specjalistycznych. W krajach niemieckiego obszaru językowego wyodrębniła się już nawet samodzielna dziedzina nosząca miano *lingwistyki tekstów specjalistycznych*.

[15] U. Fix, *Texte und Textsorten: sprachliche, kommunikative und kulturelle Phänomene*, Frank & Time GmbH Verlag für wissenschaftliche Literatur, Berlin 2008.

wkład Wojtak w badania tekstów użytkowych, których konieczność rozpatrywania wielokrotnie postulowała i którym w dużej mierze się poświęciła, dowodzi, że teksty te należy traktować jako równoprawny przedmiot badań.

Maria Wojtak jest autorką znanej wszystkim tekstologom teorii genologicznej. Jej ustalenia na temat wzorców gatunkowych i ich realizacji tekstowych, w interesującym nas kontekście genologicznym, są bardzo istotne w odniesieniu do podejść germanistycznych, w których badacze na zasadzie konsensusu ustalili określone rudymenty dotyczące taksonomii genologicznej. Autorka wyróżnia trzy zasadnicze kategorie, stanowiące pełny zbiór wariantów wzorca gatunkowego: wzorzec kanoniczny, wzorce alternacyjne oraz wzorce adaptacyjne[16]. „Realizowana jest szablonowość we wzorcach kanonicznych, osłabiana w alternacyjnych, a funkcjonalnie reinterpretowana w adaptacyjnych”[17]. Takiego rozróżnienia nie znajdziemy w pracach germanistycznych. Jednak, jak podkreśla w swojej publikacji z 2005 roku Bożena Witosz[18], Maria Wojtak w ujęciu dotyczącym gatunku i wzorca gatunkowego nawiązuje wyraźnie do niemieckiej lingwistyki tekstu[19]. Istotnie autorka sięga do tej tradycji, wyodrębniając wzorzec gatunkowy i gatunek, nie wyklucza jednak synonimii obu pojęć, określając gatunek mianem „twór abstrakcyjny (model, wzorzec)”. Tymczasem w tekstologii germanistycznej mamy do czynienia z wyraźnym rozróżnieniem pomiędzy *Textsorte* [*rodzaj tekstu*] i *Textmuster* [*wzorzec tekstu*]. *Textmuster* to model abstrakcyjny, idealny typ tekstu zawierający tylko jego najistotniejsze i najbardziej typowe cechy[20], natomiast *Textsorten* powiązane są z konkretnymi realizacjami wzorca i mogą wykazywać zarówno cechy bardzo typowe, jak i mniej typowe dla danego rodzaju[21]. Badaczka sięga zatem po inspiracje do tekstologii germanistycznej, jednak nie neguje także podejść polonistycznych, umiejętnie czerpiąc z obu tradycji badawczych i ustaleń zarówno badaczy rodzimych, jak i podejść germanistycznych.

W publikacjach Marii Wojtak znajdujemy postulat, a właściwie stwierdzenie dotyczące konieczności otwarcia się genologii tekstów użytkowych na dyscypliny niefilologiczne. Autorka zauważa, że jeśli genologia chce wyjść poza opis budowy

[16] Por. np. M. Wojtak, *Genologia tekstów użytkowych…*, *op. cit.*, s. 355–356.

[17] *Ibidem*, s. 351.

[18] B. Witosz, *Genologia lingwistyczna. Zarys problematyki*, Wydawnictwo UŚ, Katowice 2005.

[19] Bożena Witosz wskazuje tu na publikację Marii Wojtak z 1998 roku: M. Wojtak, *Stylistyka a pragmatyka – stan i perspektywy w stylistyce polskiej*, „Stylistyka”, t. 8, Wydawnictwo UO, Opole 1998.

[20] W. Heinemann, *Textsorte – Textmuster – Texttyp*, [w:] *Text- und Gesprächslinguistik. Ein internationales Handbuch zeitgenössischer Forschung*, red. G. Antos, K. Brinker, W. Heinemann, S. F. Sager, Walter de Gruyter Verlag, Berlin–New York 2000, s. 507–546.

[21] M. Wojtak, *Genologia tekstów użytkowych…*, *op. cit.*

i typologii wypowiedzi, musi czerpać z inspiracji innych dyscyplin i wykorzystać ustalenia tych dyscyplin w interpretacjach tekstów użytkowych, będących obiektem ich badań. Jako przykład podaje gatunki urzędowe, religijne i dziennikarskie[22]. Jak pisze: „Chodzi więc nie tyle o to, by uczynić z genologii interdyscyplinarną gałąź wiedzy, lecz by na jej gruncie spożytkować ustalenia innych dyscyplin"[23]. W teorii i praktyce przekładu w odniesieniu do wszystkich gatunków/rodzajów tekstów wiedza interdyscyplinarna jest nieodzowna. Postulat otwarcia się genologii lingwistycznej na inne dyscypliny znajdujemy także w pracach Ulli Fix. Jednakże w tym wypadku szczególna rola według tej badaczki miałaby przypaść właśnie genologii lingwistycznej, która powinna stać się dziedziną interdyscyplinarną, a z jej ustaleń i osiągnięć czerpałyby inspiracje inne dziedziny, także nielingwistyczne[24]. I tym razem dochodzi zatem do swego rodzaju dialogu poszukiwań Wojtak z podejściami germanistycznymi w odniesieniu do badań interdyscyplinarnych. Obecnie bez takiego podejścia nie można już sobie wyobrazić badań, nie istnieją już bowiem ostre granice pomiędzy poszczególnymi subdyscyplinami, a nawet dyscyplinami.

Przejdziemy w tym miejscu do uwag dotyczących stylu. W językoznawstwie germanistycznym analiza stylu w kontekście genologii lingwistycznej nie jest w zasadzie praktykowana jako wyodrębniona płaszczyzna badań nad gatunkiem/rodzajem tekstu. Pod wpływem przełomu pragmatycznego podkreśla się wprawdzie, że styl jest własnością tekstu[25], ale nie łączy się go bezpośrednio z gatunkiem, chociaż zarówno kwestia nacechowania gatunkowego tekstu, jak i jego ukształtowania stylistycznego są oczywiście obecne w świadomości badawczej, mimo że nie wyodrębnia się płaszczyzny stylistycznej w badaniach nad gatunkami. W swej pracy genologicznej Fix[26] podkreśla za to kulturowe uwarunkowanie gatunków/rodzajów tekstu.

Natomiast styl w ujęciu Wojtak w odniesieniu do gatunku to:

> […] składnik wzorca gatunkowego wypowiedzi, zbiór: (a) cech o charakterze ekstralingwistycznych wyróżników, mających wykładniki językowe, (b) reguł, które określają relacje między

[22] *Ibidem*, s. 352.

[23] *Ibidem*.

[24] U. Fix, *Texte und Textsorten…*, *op. cit.*

[25] Por. B. Sandig, *Textstilistik des Deutschen*, Walter de Gruyter Verlag, Berlin–New York 2006; U. Fix, *Die stilistische Einheit von Texten – auch ein Textualitätskriterium?*, [w:] *Satz – Text – Kulturkontrast. Festschrift für Marja-Leena Piitulainen zum 60. Geburtstag*, red. E. Reuter, T. Sorval, Peter Lang Verlag, Frankfurt am Main 2005, s. 35–50; W. Heinemann, *Alles Stil oder was? Reflexionen zum Verhältnis von Text und Stil*, [w:] *Text und Stil*, red. Z. Bilut-Homplewicz, A. Mac, M. Smykała, I. Szwed, Peter Lang Verlag, Frankfurt am Main 2010.

[26] U. Fix, *Texte und Textsorten…*, *op. cit.*

cechami, jak i uwarunkowania cech. Stylistyczny komponent wzorca gatunkowego zawiera ponadto reguły wyboru środków językowych […][27].

Z miejsca stylistyki w badaniach interesujących nas tu obszarów, polonistycznego i germanistycznego, wynikają także różnice w ujęciach stylu. Stylistyka germanistyczna nie jest aż tak mocno związana jak polonistyczna/slawistyczna ze stylami funkcjonalnymi.

Dla Wojtak bardzo istotne jest uwzględnienie aspektu pragmatycznego w zintegrowanych analizach stylistycznych, bo to on decyduje w znacznym stopniu o stylistycznym ukształtowaniu wypowiedzi. Gatunki użytkowe badaczka traktuje jako twory wielostylowe[28].

Z perspektywy spojrzenia interlingwistycznego należy dobitnie podkreślić relacyjność kategorii *dyskurs*, *styl*, *gatunek* i *tekst*. Według Wojtak kategorie te tworzą kolekcję

> […] a więc współwystępują w ramach określonego konceptu poznawczego, odnoszą się w pewnych zakresach do rzeczywistości analogicznej (mają do pewnego stopnia tożsamą referencję) i pełnią funkcję eksplikacyjną w relacjach wzajemnych, służąc jednocześnie objaśnianiu istotnych zjawisk komunikacyjnych[29].

Autorka ukazuje w oryginalny sposób, jak oświetlenie tych pojęć/kategorii, ich ukazanie relacyjne we wzajemnych zależnościach, wpływa na kształtowanie kontinuum poznawczego. A zatem usytuowanie wymienionych pojęć nie jest przypadkowe, a kolejność ich występowania w tytule rozprawy jest bardzo istotna, ponieważ wynika z ukonstytuowanego przez autorkę łańcucha poznawczego. Badaczka, powołując się na ustalenia lingwistyczne w interesującym ją kontekście, zakłada, że największą moc eksplikacyjną ma właśnie dyskurs. W niniejszym opracowaniu ograniczymy się jedynie do tych paru stwierdzeń, odsyłając czytelnika zainteresowanego dyskusją nad tą problematyką do omawianego tekstu.

Dla ujęć germanistycznych takie autorskie spojrzenie nacechowane relacyjnie jest zaskakujące, ale też zarazem intryguje innością podejścia, rozumienie stylu i dyskursu wiąże się bowiem z inną tradycją badawczą. Jedynie relacja tekst–dyskurs jest mocno akcentowana w pracach dotyczących dyskursu zorientowanych

[27] M. Wojtak, *Pragmatyczne aspekty analiz stylistycznych tekstów użytkowych*, [w:] *Stylistyka a pragmatyka*, red. B. Witosz, Wydawnictwo UŚ, Katowice 2001, s. 41.

[28] *Ibidem*, s. 45.

[29] M. Wojtak, *O relacjach dyskursu, stylu, gatunku i tekstu*, „tekst i dyskurs – text und diskurs", 4, red. W. Czachur, Z. Bilut-Homplewicz, Wydawnictwa UW, Warszawa–Rzeszów 2011, s. 69–70. Artykuł ten został przetłumaczony na język niemiecki, por. M. Wojtak, *Zur Relation von Diskurs, Stil, Gattung und Text*, [w:] *Galizien als Kultur- und Gedächtnislandschaft im kultur-, literatur- und sprachwissenschaftlichen Diskurs. Studien zur Text- und Diskursforschung*, red. A. Hanus, R. Büttner, Peter Lang Verlag, Frankfurt am Main–Bern–Bruxelles–New York–Oxford 2015.

tekstologicznie[30]. Dyskurs rozumie się w nich jako zbiór tekstów/wypowiedzi powiązanych ze sobą tematycznie[31]. Gatunek natomiast, jak już wspomniano, rzadko łączy się w badaniach germanistycznych z dyskursem, częściej natomiast z siecią tekstów[32].

Lingwistykę dyskursu traktuje się wprawdzie w ramach tego kierunku (tzn. lingwistyki dyskursu zorientowanej tekstologicznie) jako kontynuację lingwistyki tekstu, jednak należy zauważyć, że badania nad dyskursem nie stanowią jedynie prostego poszerzenia obszaru dociekań. Słusznie zaznacza Olivier Stenschke[33], że oba obiekty badawcze – tekst i dyskurs – znacznie się od siebie różnią. Podczas gdy teksty są uchwytne (dosłownie: dostrzegalne), o dyskursach nie można tego powiedzieć. To lapidarne stwierdzenie można uznać w tak utworzonej dychotomii tekst–dyskurs za fundamentalne. Różna natura obu obiektów jest wręcz zaproszeniem do analiz różnorodnych dyskursów, które wprawdzie składają się z tekstów, jednakże nie są ich prostą sumą.

W badaniach polonistycznych, w których rozumienie dyskursu podlega również ewolucji, w tle pojawia się jednak rozumienie dyskursu jako tekstu w kontekście.

Podobne podejście germanistyczne do dyskursu ogranicza się natomiast do początkowej fazy badań nad tym zjawiskiem. W lingwistyce dyskursu jako odrębnej dyscyplinie dominują ujęcia o proweniencji społeczno-filozoficznej, w których tekst/wypowiedź jest jednym z komponentów dyskursu.

W ujęciach germanistycznych, inspirowanych przemyśleniami Michela Foucaulta, dyskurs w dużym uogólnieniu rozumie się jako praktykę komunikacyjną, która determinuje podmiot w jego działaniu (językowym) oraz zbiór tekstów (wypowiedzi) na określony temat (np.: terroryzm, energia atomowa, tolerancja).

Dyskurs w analizach wiąże się z odpowiednim korpusem, który konstytuują teksty/wypowiedzi. Busse/Teubert (1994)[34] wyróżniają korpus fikcyjny [*imagi-*

[30] Por. np. I. Warnke, *Adieu Text – bienvenue Diskurs? Über Sinn und Zweck einer poststrukturalistischen Entgrenzung des Textbegriffs*, [w:] *Brauchen wir einen neuen Textbegriff? Antworten auf eine Preisfrage?*, red. U. Fix, K. Adamzik, G. Antos, M. Klemm, Peter Lang Verlag, Frankfurt am Main 2002, s. 125–141; W. Heinemann, *Textlinguistik versus Diskurslinguistik?*, [w:] *Moderne deutsche Texte. Beiträge der Internationalen Germanistenkonferenz Rzeszów 2004*, red. M. Wierzbicka, M. Sieradzka, J. Homa, Peter Lang Verlag, Frankfurt am Main 2005, s. 17–30.

[31] Por. np. I. Warnke, *op. cit.*; K. Adamzik, *Sprache: Wege zum Verstehen*, A. Francke Verlag, Tübingen und Basel 2001.

[32] Por. np. K. Adamzik, *Die Zukunft der Textsortenlinguistik…*, *op. cit.*, s. 15–30.

[33] O. Stenschke, *Einmal Text – Diskurs und zurück! Welches Interesse hat die diskursanalytische Forschung daran, Ordnung ins Dickicht der Textdefinition(en) zu bringen?*, [w:] *Brauchen wir einen neuen Textbegriff?*, red. U. Fix, K. Adamzik, G. Antos, M. Klemm, Peter Lang Verlag, Frankfurt am Main 2002, s. 113–124.

[34] Por. D. Miller, *Foucault po niemiecku, czyli dyskurs o dyskursie w językoznawstwie*

näres Korpus] – zawierający zbiór wszystkich możliwych tekstów/wypowiedzi na dany temat, korpus wirtualny [*virtuelles Korpus*] – zbiór tekstów/wypowiedzi utrwalonych oraz korpus konkretny [*konkretes Korpus*] – zbiór tekstów/wypowiedzi zestawionych przez danego badacza dla celów analizy.

W pewnym aspekcie Wojtak zbliża się do takiego pojmowania dyskursu, podkreślając jego społeczny wymiar, ponieważ dla badaczki dyskurs to:

> […] sposób zorganizowania ludzkiej aktywności, praktyka komunikacyjna określonej społeczności (wspólnoty), która w trakcie różnorodnych interakcji ustala i uzgadnia istotne dla siebie treści i konserwuje stosowne scenariusze zachowań komunikacyjnych oraz reguły ich wypełniania za pośrednictwem wypowiedzi (i/lub środków niewerbalnych)[35].

Z drugiej zaś strony, autorka pozostaje obecna w swym kręgu badawczym, który cechuje refleksja nad stylami funkcjonalnymi, bo pisze np. o dyskursie religijnym czy urzędowym. Jest to więc wzbogacenie spojrzenia o perspektywę interlingwistyczną, ponieważ nie chodzi tu jedynie o cytowanie lub interpretowanie prac badaczy obcojęzycznych, ale o wyraźniejsze odwołanie się do pewnego sposobu myślenia i pojmowania określonego obszaru rzeczywistości naukowej. Podobnie też w badaniach germanistycznych autorka jasno określa swą pozycję badawczą, mając na uwadze nieostry i wieloznacznie rozumiany obiekt zainteresowań naukowych, którego nieostrości wprawdzie nie da się wyeliminować, ale właśnie dlatego trzeba go zdefiniować dla swych własnych badań, co jest zgodne z uwagą Michaela Klemma odnoszącą się do nieprecyzyjnego pojęcia *tekstu*, ale można ją rozszerzyć również na inne obiekty badawcze. Michael Klemm stwierdza: „Im bardziej nieprecyzyjne jest pojęcie tekstu, odnoszące się do wszystkich tekstów, tym precyzyjniej należy je zdefiniować dla celów określonych badań. Badacze muszą przekonująco przedstawić przy tym swój punkt widzenia i uzasadnić go”[36].

Nieostrość i polimorficzność badanych obiektów Maria Wojtak uznaje wprawdzie za cechy wpisane w ich naturę, ukazuje jednak pewne punkty odniesienia do obiektów prototypowych oraz możliwości ujmowania i analizowania tych niejednokrotnie skomplikowanych i niejednoznacznych tworów, jak to się dzieje np. w przypadku wypracowanej przez nią typologii tekstów prasowych[37]. To również

---

germanistycznym, „Słowo. Studia językoznawcze”, red. K. Ożóg, Wydawnictwo UR, Rzeszów 2010, s. 57–73.

[35] M. Wojtak, *O relacjach dyskursu, stylu…*, *op. cit.*, s. 69–78.

[36] M. Klemm, *Wie hältst Du's mit dem Textbegriff? Pragmatische Antworten auf eine Gretchenfrage der (Text-)Linguistik*, [w:] *Brauchen wir einen neuen Textbegriff?*, red. U. Fix, K. Adamzik, G. Antos, M. Klemm, Peter Lang Verlag, Frankfurt am Main 2002, s. 151. Tłumaczenie – Zofia Bilut-Homplewicz, Anna Hanus.

[37] Por. M. Wojtak, *Gatunki prasowe*, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2004.

zbliża badaczkę do podejść germanistycznych, które mimo różnorodności ujęć dążą do konsensusu i ten konsensus w pewnym stopniu wypracowują (por. kwestie typologii tekstu, np. Heinemann[38]).

Rozważania teoretyczne Wojtak prowadzi w ramach kilku zakresów, by wymienić te najważniejsze: na obszarze tekstologii, stylistyki, prasoznawstwa oraz teorii literatury, łącząc je z podejściami empirycznymi i całościową analizą tekstów. Mocną stroną jej dorobku jest właśnie konsekwentne powiązanie teorii i empirii; ta druga jest często inspiracją do poszerzania i weryfikowania podejść teoretycznych.

Badaczka w naturalny sposób przekracza granice dyscyplin, tworząc różnego rodzaju syntezy, wpisuje w swe badania interdyscyplinarność i uwzględnia szeroki zakres badań humanistycznych[39].

Bibliografia

Materiały źródłowe

Wojtak M., *Welchen Forschungsweg einschlagen? Dilemmata eines Textsorten- und Gattungsforschers*, „tekst i dyskurs – text und diskurs" 8, Wydawnictwa UW, Warszawa–Rzeszów 2015.

Wojtak M., *Zur Relation von Diskurs, Stil, Gattung und Text*, [w:] *Galizien als Kultur- und Gedächtnislandschaft im kultur-, literatur- und sprachwissenschaftlichen Diskurs. Studien zur Text- und Diskursforschung*, red. A. Hanus, R. Büttner, Peter Lang Verlag, Frankfurt am Main–Bern–Bruxelles–New York–Oxford 2015.

Wypowiedź:

Professor Maria Wojtak und Professor Heinz-Helmut Lüger im Gespräch über aktuelle Richtungen in der Presseforschung in Polen und in Deutschland, http://www.ur.edu.pl/wydzialy/filologiczny/tekst-dyskurs-komunikacja/tlumaczenia-artykulow [dostęp: 19.05.2016].

Analiza podejść badawczych Marii Wojtak i Heinza-Helmuta Lügera w badaniach nad tekstami prasowymi:

[38] W. Heinemann, *Aspekte der der Textsortendifferenzierung*, [w:] *Text- und Gesprächslinguistik. Ein internationales Handbuch zeitgenössischer Forschung*, red. G. Antos, K. Brinker, W. Heinemann, S. F. Sager, Walter de Gruyter Verlag, Berlin–New York 2000, s. 523–546; idem, *Textsorte – Textmuster – Texttyp…*, *op. cit.*, s. 507–546; idem, *Textsorten. Zur Diskussion um Basiskriterien des Kommunizierens. Rückschau und Ausblick*, [w:] *Textsorten. Reflexionen und Analysen*, red. K. Adamzik Staufenburg Verlag, Tübingen 2000, s. 9–29.

[39] W przytoczonej w tym artykule bibliografii (*Materiały źródłowe*) zamieszczamy na początku prace Marii Wojtak tłumaczone na język niemiecki oraz artykuł Zofii Bilut-Homplewicz, w którym autorka porównuje badania Wojtak dotyczące tekstów prasowych z badaniami z tego zakresu prowadzonymi w Niemczech przez Heinza-Helmuta Lügera, część 2 (*Opracowania*) zawiera pozycje bibliograficzne uwzględnione w tym artykule.

Bilut-Homplewicz Z., *Kommentar als 'Pressegattung'. Zur Spezifik der Presseforschung in Polen*, [w:] *Persuasionsstile in Europa. Methodologie und Empirie kontrastiver Untersuchungen zur Textsorte Kommentar (Germanistische Linguistik; 218–219)*, red. H. E. H. Lenk, M. Vesalainen, Georg Olms Verlag, Hildesheim, Zürich–New York 2012.

Opracowania

Adamzik K., *Die Zukunft der Textsortenlinguistik. Textsortennetze, Textsortenfelder, Textsorten im Verbund*, [w:] *Zur Kulturspezifik von Textsorten*, red. U. Fix, S. Habscheid, J. Klein, Stauffenburg Verlag, Tübingen 2001.

Adamzik K., *Sprache: Wege zum Verstehen*, A. Francke Verlag, Tübingen und Basel 2001.

Bilut-Homplewicz Z., *Lingwistyka tekstu w Polsce i w Niemczech – próba bilansu*, [w:] *Lingwistyka tekstu w Polsce i w Niemczech. Pojęcia, problemy, perspektywy*, red. Z. Bilut-Homplewicz, W. Czachur, M. Smykała, Atut, Wrocław 2009.

Bilut-Homplewicz Z., *Perspektivität bei der Charakterisierung einer linguistischen Disziplin. Zu einigen nicht nur terminologischen Unterschieden in der germanistischen und polonistischen Textlinguistik*, „Colloquia Germanica Stetinensia" 20, red. R. Lipczuk, D. Sośnicka, Wydawnictwo Naukowe USz, Szczecin 2012.

Bilut-Homplewicz Z., *Prinzip Kontrastivität. Einige Anmerkungen zum interlingualen, intertextuellen und interlinguistischen Vergleich*, [w:] *Vom Wort zum Text. Studien zur deutschen Sprache und Kultur. Festschrift für Professor Józef Wiktorowicz zum 65. Geburtstag*, red. W. Czachur, M. Czyżewska, Wydawnictwa UW, Warszawa 2008.

Bilut-Homplewicz Z., *Prinzip Perspektivierung. Germanistische und polonistische Textlinguistik – Entwicklungen, Probleme, Desiderata*. Teil 1: *Germanistische Textlinguistik*, Peter Lang Verlag, Frankfurt am Main 2013.

Bilut-Homplewicz Z., *Sind Diskurs und dyskurs terminologische Tautonyme? Zu Unterschieden im Verstehen der Termini in der deutschen und polnischen Linguistik*, [w:] *Die Ordnung des Standards und die Differenzierung der Diskurse. Akten des 41. Linguistischen Kolloquiums in Mannheim 2006*, red. B. Henn-Memmesheimer, J. Franz, Peter Lang Verlag, Frankfurt am Main 2009.

Bilut-Homplewicz Z., *Tautonimia terminologiczna? Kilka uwag o użyciu terminów „Diskurs" i „dyskurs" w językoznawstwie niemieckim i polskim*, „Słowo. Studia językoznawcze", red. K. Ożóg, Wydawnictwo UR, Rzeszów 2010.

Bilut-Homplewicz Z., *Wie viel Stilistik in der Textlinguistik? Anmerkungen zur Thematisierung der Stilistik in der deutschen und polnischen Forschung*, [w:] *Text und Stil. (Studien zur Text- und Diskursforschung)*, red. Z. Bilut-Homplewicz, A. Mac, M. Smykała, I. Szwed, Peter Lang Verlag, Frankfurt am Main 2010.

Bilut-Homplewicz Z., Hanus A., Szwed I., *Zwischen Bachtin und Beipackzettel: Polonistische Textsortenlinguistik in der Übersetzung für deutschsprachige Adressaten*, „Zeitschrift des Verbandes Polnischer Germanisten", Heft 4, red. Z. Berdychowska, R. Kołodziej, P. Zarychta, Wydawnictwo UJ, Kraków 2015.

Fix U., *Die stilistische Einheit von Texten – auch ein Textualitätskriterium?*, [w:] *Satz – Text – Kulturkontrast. Festschrift für Marja-Leena Piitulainen zum 60. Geburtstag*, red. E. Reuter, T. Sorval, Peter Lang Verlag, Frankfurt am Main 2005.

Fix U., *Texte und Textsorten: sprachliche, kommunikative und kulturelle Phänomene*, Frank & Time GmbH Verlag für wissenschaftliche Literatur, Berlin 2008.

Hanus A., *Czy „gatunek" to „rodzaj"? W gąszczu genologii polonistycznej i germanistycznej*, „Stylistyka", t. 21, red. S. Gajda, Wydawnictwo UO. Instytut Filologii Polskiej, Opole 2012.

Hanus A., *Gdzie krzyżują się drogi w polonistycznym i germanistycznym rozumieniu stylu?*, „Stylistyka", t. 24, red. E. Malinowska, Wydawnictwo UO. Instytut Filologii Polskiej, Opole 2015.

Hanus A., *Wie werden Stil, Gattung, Text und Diskurs in der Polonistik positioniert? Grundbegriffe der Text- und Diskursforschung im deutsch-polnischen Vergleich – dargestellt aus dem Blickwinkel eines germanistischen Forschers*, „Studia Germanica Gedanensia" 33, red. D. Olszewska, A. Kątny, A. Socka, Wydawnictwo UG, Gdańsk 2015.

Hanus A., Szwed I., *Przekład tekstu naukowego na tle lingwistycznych badań polonistycznych i germanistycznych*, „Stylistyka", t. 23, red. E. Malinowska, Wydawnictwo UO. Instytut Filologii Polskiej, Opole 2014.

Hartmann R. R. K., *Contrastive Textology. Comparative Discourse Analysis in Applied Linguistics*, Groos Verlag, Heidelberg 1980.

Heinemann W., *Alles Stil oder was? Reflexionen zum Verhältnis von Text und Stil*, [w:] *Text und Stil*, red. Z. Bilut-Homplewicz, A. Mac, M. Smykała, I. Szwed, Peter Lang Verlag, Frankfurt am Main 2010.

Heinemann W., *Aspekte der der Textsortendifferenzierung*, [w:] *Text- und Gesprächslinguistik. Ein internationales Handbuch zeitgenössischer Forschung*, red. G. Antos, K. Brinker, W. Heinemann, S. F. Sager, Walter de Gruyter Verlag, Berlin–New York 2000.

Heinemann W., *Textlinguistik versus Diskurslinguistik?*, [w:] *Moderne deutsche Texte. Beiträge der Internationalen Germanistenkonferenz Rzeszów 2004*, red. M. Wierzbicka, M. Sieradzka, J. Homa, Peter Lang Verlag, Frankfurt am Main 2005.

Heinemann W., *Textsorte – Textmuster – Texttyp*, [w:] *Text- und Gesprächslinguistik. Ein internationales Handbuch zeitgenössischer Forschung*, red. G. Antos, K. Brinker, W. Heinemann, S. F. Sager, Walter de Gruyter Verlag, Berlin–New York 2000.

Heinemann W., *Textsorten. Zur Diskussion um Basiskriterien des Kommunizierens. Rückschau und Ausblick*, [w:] *Textsorten. Reflexionen und Analysen*, red. K. Adamzik, Staufenburg Verlag, Tübingen 2000.

Klemm M., *Wie hältst Du's mit dem Textbegriff? Pragmatische Antworten auf eine Gretchenfrage der (Text-)Linguistik*, [w:] *Brauchen wir einen neuen Textbegriff?*, red. U. Fix, K. Adamzik, G. Antos, M. Klemm, Peter Lang Verlag, Frankfurt am Main 2002.

Lüger H.-H., Lenk H. E. H., *Kontrastive Medienlinguistik. Ansätze, Ziele, Analysen*, [w:] *Kontrastive Medienlinguistik*, red. H.-H. Lüger, H. E. H. Lenk, Verlag Empirische Pädagogik, Landau 2008.

Miller D., *Foucault po niemiecku, czyli dyskurs o dyskursie w językoznawstwie germanistycznym*, „Słowo. Studia językoznawcze", red. K. Ożóg, Wydawnictwo UR, Rzeszów 2010.

Pöckl W., *Kontrastive Textologie*, [w:] *Kontrastive Textologie*, red. E. M. Eckkrammer, N. Hödl, W. Pöckl, Praesens Verlag, Wien 1999.

Sandig B., *Textstilistik des Deutschen*, Walter de Gruyter Verlag, Berlin–New York 2006.

Skowronek B., *Mediolingwistyka. Wprowadzenie*, Wydawnictwo Uniwersytetu Pedagogicznego w Krakowie, Kraków 2013.

Spillner B., *Textsorten im Sprachvergleich. Ansätze zu einer Kontrastiven Textologie*, [w:] *Kontrastive Linguistik und Übersetzungswissenschaft. Akten des Internationalen Kolloquiums Trier – Saarbrücken 25–30.09.1978*, Fink Verlag, München 1981.

Stenschke O., *Einmal Text – Diskurs und zurück! Welches Interesse hat die diskursanalytische Forschung daran, Ordnung ins Dickicht der Textdefinition(en) zu bringen?*, [w:] *Brauchen wir einen neuen Textbegriff?*, red. U. Fix, K. Adamzik, G. Antos, M. Klemm, Peter Lang Verlag, Frankfurt am Main 2002.

Warnke I., *Adieu Text – bienvenue Diskurs? Über Sinn und Zweck einer poststrukturalistischen Entgrenzung des Textbegriffs*, [w:] *Brauchen wir einen neuen Textbegriff? Antworten auf eine Preisfrage?*, red. U. Fix, K. Adamzik, G. Antos, M. Klemm, Peter Lang Verlag, Frankfurt am Main 2002.

Witosz B., *Genologia lingwistyczna. Zarys problematyki*. Wydawnictwo UŚ, Katowice 2005.

Wojtak M., *Gatunki prasowe*, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2004.

Wojtak M., *Genologia tekstów użytkowych*, [w:] *Polska genologia lingwistyczna*, red. D. Ostaszewska, R. Cudak, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2008.

Wojtak M., *O języku i stylu polskiego dramatu. Studia i szkice*, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2014.

Wojtak M., *O relacjach dyskursu, stylu, gatunku i tekstu*, „tekst i dyskurs – text und diskurs", 4, red. W. Czachur, Z. Bilut-Homplewicz, Wydawnictwa UW, Warszawa–Rzeszów 2011.

Wojtak M., *Pragmatyczne aspekty analiz stylistycznych tekstów użytkowych*, [w:] *Stylistyka a pragmatyka*, red. B. Witosz, Wydawnictwo UŚ, Katowice 2001.

Wojtak M., *Stylistyka a pragmatyka – stan i perspektywy w stylistyce polskiej*, „Stylistyka", t. 8, Wydawnictwo UO, Opole 1998.

Wojtak M., *Wzorce gatunkowe wypowiedzi a realizacje tekstowe*, [w:] *Polska genologia lingwistyczna*, red. D. Ostaszewska, R. Cudak, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2008.

Wojtak M., *Zur Relation von Diskurs, Stil, Gattung und Text*, [w:] *Galizien als Kultur- und Gedächtnislandschaft im kultur-, literatur- und sprachwissenschaftlichen Diskurs. Studien zur Text- und Diskursforschung*, red. A. Hanus, R. Büttner, Peter Lang Verlag, Frankfurt am Main–Bern–Bruxelles–New York–Oxford 2015.

II

ZAGADNIENIA OGÓLNE I TEORETYCZNE

Barbara Bogołębska
Uniwersytet Łódzki

PRZYDATNOŚĆ INSTRUMENTARIUM RETORYCZNEGO I METOD RETORYCZNEJ ANALIZY TEKSTU W BADANIACH NAD GATUNKAMI MEDIALNYMI

Retoryka to jedno z podstawowych narzędzi i pomoc w poszukiwaniu najlepszej formy komunikacyjnej, także w dyskursie medialnym, w którym liczą się postawy, przekonania, wybory i wartości. Retoryka klasyczna jest źródłem wielu do dziś uniwersalnych pojęć, przydatnych jako narzędzie analityczne w badaniu wszelkich tekstów kultury, zwłaszcza gdy zauważalna jest retoryzacja życia społecznego, a wraz z nią – perswazyjność wszelkich ludzkich wytworów, także tekstów. Odpowiedź na pytanie, które elementy aparatu pojęciowego systemu retoryki są obecnie szczególnie użyteczne w badaniach przekazów medialnych (tu: gatunków prasowych) stanie się przedmiotem rozważań i wyrasta z postawy adaptacyjno-interpretacyjnej wobec retoryki.

* * *

Uczucia-afekty

Żyjemy w czasach kultury afektu, humanistycznego zwrotu afektywnego[1], przypomnijmy więc, iż kategorie uczuć i afektów odnajdujemy w retoryce Arystotelesa[2]. Rzutują one na tzw. gatunki afektywne, w których dominuje wymiar emotywny (np. reportaż), a poetyka mimetyczna współwystępuje z poetyką ekspresywną, oddającą stany emocjonalne dziennikarzy. Uczucia-afekty są albo przedmiotem rozważań w tekstach publicystycznych, albo wynikają z przedstawionych zdarzeń.

Adam Wajrak nie kryje **oburzenia** decyzją rządu o wycinaniu Puszczy Białowieskiej[3]. Nazywa to *niebywałym barbarzyństwem*; *najczarniejszym dniem*

[1] Por. *Kultura afektu – afekty w kulturze*, red. R. Nycz, A. Łebkowska, A. Dauksza, Wydawnictwo IBL PAN, Warszawa 2015.

[2] Arystoteles, *Retoryka. Poetyka*, tłum. H. Podbielski, PWN, Warszawa 1988.

[3] A. Wajrak, *Barbarzyństwo rządu PIS*, „Gazeta Wyborcza" 2016, nr 72, s. 3.

dla polskiej przyrody po 1989 roku. Używa animizacji, pisząc, że *Puszcza nie będzie mogła zaleczyć ran, jakie jej zamierza zadać minister Jan Szyszko*.

Korespondent paryski – Piotr Moszyński pisze o uczuciu **lęku** wobec zagrożeń akcjami terrorystycznymi Francuzów w perspektywie Euro i Tour de France[4]. Jak twierdzi: *Policjanci, wysocy urzędnicy i eksperci nie kryją najgorszych obaw: Euro 2016 może być wymarzonym celem ataków terrorystycznych.* […] *Trzeba będzie wytrzymać. Ale wszyscy się boją. I mają rację*.

Wstyd – jak czytamy w felietonie Ewy Szumańskiej[5] – jest uczuciem gwałtownym, wynikającym np. z popełnionej gafy towarzyskiej czy z przyłapania na niewinnym kłamstwie. Może też narastać powoli i przedostawać się do opinii publicznej. Autorka pisze o tym, jak wówczas zachowują się znajomi i sami ludzie niosący za sobą wstyd. Czasem pamięć o wstydzie trwa nawet po śmierci nosicieli wstydu.

Uczucie **litości** odnosi się do albańskich uchodźców przebywających w Polsce i do ludzkich reakcji wobec nich[6]. W zakończeniu felietonu pojawia się sentencja: *Bo jeżeli człowiek nie potrafi się otworzyć na cudze nieszczęście – nigdy nie upora się z własnym*.

Mimesis

Większość gatunków dziennikarskich realizuje to pojęcie rozumiane jako odtwarzanie rzeczywistości i jej swobodne przedstawianie. Zasada ta może stanowić o typologii gatunków dziennikarskich, które dzieliłyby się następująco:

– w zależności od stopnia imitacji rzeczywistości (gatunki informacyjne a publicystyczne);

– na reprezentujące ujęcia realistyczne (np. reportaż, recenzja), idealizujące (np. sylwetka-wspomnienie) – po karykaturalne (gatunki satyryczne);

– na gatunki naśladowcze (powtarzalne) i kreacyjne (oryginalne – np. prasowe eksperymenty gatunkowe)[7].

Dotyczy to zarówno gatunków *sensu stricto*, jak i *sensu largo* („intencje", metody pisania)[8].

---

[4] P. Moszyński, *Francja boi się o Euro*, „Gazeta Wyborcza" 2016, nr 72, s. 12.

[5] E. Szumańska, *Felietony*, Wrocławskie Wydawnictwo Warstwy, Wrocław 2015, s. 24.

[6] *Ibidem*, s. 92.

[7] Por. B. Bogołębska, *Prasowe eksperymenty gatunkowe*, [w:] *Gatunki i formaty we współczesnych mediach*, red. W. Godzic, A. Kozieł, J. Szylko-Kwas, Wydawnictwo Poltext, Warszawa 2015, s. 71–82.

[8] Zob. E. Balcerzan, *W stronę genologii multimedialnej*, [w:] *Polska genologia literacka*, red. D. Ostaszewska, R. Cudak, PWN, Warszawa 2007, s. 269–287.

Argumenty i argumentacja

Artykuł Andrzeja Andrysiaka – *W którym kręgu piekła spocznie Wałęsa? A w którym my?*[9] został pomyślany w formie trzech „ćwiczeń z logiki", a każde z nich z tezą (Wałęsa niczego nie podpisywał; akta są prawdziwe; Wałęsa był agentem SB), wątpliwościami i wnioskiem. Autor stwierdza następnie: *Jak się Państwu podobają te ćwiczenia? Każdej z tych tez można bronić i każdą obalić. Bo poruszamy się w obrębie interpretacji, nie faktów*. W artykule zwraca ponadto uwagę już zasygnalizowana w tekście inwencyjność, oparta na ironii, aluzji i intertekstualności:

> W tej wersji rzeczywistości miejsce Wałęsy jest w ostatnim kręgu piekła, gdzie Dante umieścił Judasza oraz Brutusa i Kasjusza, zdrajców Cezara. Najnikczemniejszych z nikczemnych. Nic go nie tłumaczy. My, naród, oczywiście lądujemy w niebie, choć powinniśmy obok, w kręgu przedostatnim. Tam, gdzie hipokryci.

Swoistym ćwiczeniem argumentacyjnym jest artykuł Ewy Siedleckiej *Akty Szydło a fakty*[10], nawiązujący do listu premier Beaty Szydło do europarlamentarzystów, oceniający go i komentujący. Dziennikarka stawia cztery główne pytania – umieszczone w śródtytułach – opatrzone powtarzającą się formułą: *Poproszę o fakty – Niska efektywność Trybunału Konstytucyjnego?*; *Zły wybór sędziów?*; *Liczne opinie ekspertów?*; *Dobra zmiana w mediach?*. W stylistyce argumentacji zwracają też uwagę pytania, typu: *na czym polega…*; *czy…*; *gdzie informacja…* Dowiadujemy się, o czym premier nie wspomina, nie informuje, czego nie wyjaśnia. Cząstkowe wnioski prowadzą dziennikarkę do ogólnej konstatacji, że – *List pani premier to propaganda.*

W tekście Mileny Rachid Chehab, poświęconym ewentualnemu wyjściu Wielkiej Brytanii z Unii Europejskiej[11], argumenty zostały przedstawione w formie dekalogowej, z dziesięciokrotnie powtarzającym się, wyrażającym przyczynę spójnikiem *bo*, np.: *Bo trzeba bronić imigrantów przed nimi samymi*; *Bo królowa nie potrzebuje dopłat*; *Bo demokracja jest lepsza niż solidarność.*

Jacek Wesołowski podejmuje **obronę** Lecha Wałęsy i chociaż nie utożsamia się z nim jako człowiekiem symbolem, to jednak w imię wyznawanych wartości poszedł także na demonstrację w tej sprawie[12]. Uważa ponadto, że: *Obrona tego konkretnego człowieka przekłada się na obronę każdej innej osoby, którą w przyszłości będzie się nękać pomówieniami takimi jak „teczki"*. Ten gatunek

[9] „Dziennik Gazeta Prawna" 2016, nr 39, s. A6.
[10] „Gazeta Wyborcza" 2016, nr 15, s. 3.
[11] M. Rachid Chebab, *Unio, baw się sama*, „Gazeta Wyborcza" 2016, nr 36, s. 18–19.
[12] J. Wesołowski, *Bronię Wałęsy, choć to nie moja bajka*, „Gazeta Wyborcza" 2016, nr 54, s. 29.

mowy wpisuje się w **rodzaj osądzający (sądowniczy)**. Poznajemy też sześć przekonań autora podanych w malejącym porządku argumentacyjnym.

W **polemice** – obronie rodziny, Jerzy Kijowski komentuje „absurdalne" zarzuty pod adresem swojego ojca, informacje szkalujące go oraz nawiązuje do wypowiedzi ministra nauki Jarosława Gowina[13], stawiając mu polemiczne pytania. Działania demaskatorów ojca porównuje z nagonką z marca 1968 roku. Argumentem *ad rem* jest tu przedstawienie historii rodziny.

List otwarty – *W obronie prof. Grossa*[14], któremu chciano odebrać odznaczenie, przypomina zasługi profesora i wskazuje na ewentualne skutki takiej decyzji. Obrona została wsparta nazwiskami autorytetów naukowych sygnujących list.

Prośbę-apel o ułaskawienie publicystki Doroty Kani, jej autorzy – Wojciech Czuchnowski i Agnieszka Kublik[15] – wzmacniają argumentami, np.: *Działała* […] *w interesie Kraju i na rzecz Rodziny*. Obok znamiennych dla gatunku form adresatywnych (*Panie Prezydencie*) pojawiają się też metaforyczno-aluzyjne stwierdzenia: *Wyrok na nią odczytujemy jako jeden z* […] *ostatnich spazmów systemu Okrągłego Stołu i jego pupilków: rowerzystów, wegetarian, komunistów i złodziei* oraz formy grzecznościowo-ironiczne: *ośmielamy się pisać*; *światła decyzja*; *Niech łaska dla Doroty Kani jak najprędzej spłynie spod Twojego pióra*; *Z poważaniem i wyrazami najgłębszego szacunku*.

Progymnasmata

Niektóre z form wypowiedzi o antycznej proweniencji miały charakter częściowy (wchodząc w skład innych form), inne zaś – całościowy, wyróżniał je też aspekt gramatyczno-logiczno-argumentacyjny.

Opis sekwoi kalifornijskiej, zapamiętany przez felietonistkę Ewę Szumańską[16], poprzedza rozważania autorki na temat zaufania, podobnie jak drzewo, bardzo odpornego i skłonnego do odradzania. Sposób odradzania się sekwoi w rezerwatach przypomina budowanie ludzkiego zaufania od początku.

W innym felietonie publicystka zastosowała formę **chrei**, czyli rozwinięcia myśli, punktem wyjścia czyniąc słowa osoby, która jest dla niej autorytetem: *Jeżeli nadchodzi etap szukania usprawiedliwień, wtedy należy wyakcentować wartości*"[17].

[13] J. Kijowski, *Bronię rodziny Kijowskich*, „Gazeta Wyborcza" 2016, nr 36, s. 35.

[14] „Gazeta Wyborcza" 2016, nr 36, s. 4.

[15] W. Czuchnowski, A. Kublik, *Panie Prezydencie, ułaskaw Dorotę Kanię*, „Gazeta Wyborcza" 2016, nr 29, s. 7.

[16] E. Szumańska, *Felietony…*, *op. cit.*, s. 35.

[17] *Ibidem*, s. 39.

Charakteryzowanie odnajdujemy w tekście poświęconym Markowi Kamińskiemu, który wprawdzie nie doszedł do wyznaczonej mety na Antarktydzie, ale heroicznie zdecydował o wycofaniu się, za co autorka darzy go szacunkiem i podziwem[18].

Natomiast **sztukę porównywania** (oceny porównawczej) zastosowała Szumańska w felietonie zestawiającym panienkę niemającą powodzenia na balu – z Polską w Unii Europejskiej[19].

Podmiot retoryczny

Retoryka podmiotu zbiorowego, charakterystyczna dla apelu jako użytkowej formy wypowiedzi, widoczna jest już w tytule tekstu Jarosława Kurskiego – *My, naród, brońmy polskiej demokracji*[20]. Autor stwierdza: *My, Naród, to także my, którzy nie godzimy się na niszczenie polskiej demokracji. Przeżywamy najgorszy dla niej czas od 1989 r. Przez 100 dni rządów PIS niewiele zbudował, ale zniszczył wiele*. Dodatkowym argumentem jest przywołanie w tekście toposu z autorytetu:

> My, naród, nie możemy pozwolić na zniszczenie dorobku Nowaka-Jeziorańskiego, Bartoszewskiego, Giedroycia, Mazowieckiego, Kuronia, Geremka i wielu innych wybitnych Polaków, którzy sprawie naszej demokracji, wolności i solidarności poświęcili życie. Oni nam tego nie wybaczą. My sobie – też nie.

Polemika i polemiczność

Polemika i polemiczność stanowią element retoryki sporu i rodzaju osądzającego. Tadeusz Sobolewski podjął polemikę z telewizyjną pogadanką polityczną, poprzedzającą emisję filmu *Ida*[21], nie akceptując stylu zaprezentowanej krytyki. Użył przy tym wartościujących formuł: *nie można robić katharsis wbrew narodowi!* (tytuł tekstu); *lekka zgroza ogarnia*; *kuriozalne opinie*.

Funkcje retoryczne

Kryterium klasyfikacji wypowiedzi prasowych mogą też stanowić trzy funkcje perswazyjne: *docere – movere – delectare*. W artykule Józefa M. Ruszara, napisa-

[18] *Ibidem*, s. 84.
[19] *Ibidem*, s. 249.
[20] „Gazeta Wyborcza" 2016, nr 48, s. 1.
[21] T. Sobolewski, *„Nie można robić katharsis wbrew narodowi!"*, „Gazeta Wyborcza" 2016, nr 48, s. 2.

nym po śmierci Umberta Eco[22], autor zastosował – charakterystyczną dla **funkcji *delectare*** – zagadkę-eksperyment na określenie prawdy lub fałszu (narracji naturalnej czy sztucznej, fikcji czy *non-fiction*) na podstawie przytoczonych początków powieści. To odpowiadający specyfice pisarstwa Eco rodzaj gry z czytelnikiem.

Inwencja i inwencyjność

Inwencja była jedną z części retoryki, w szerszym zaś znaczeniu – pomysłowością, nowością tematu i ujęcia.

Przykładem inwencyjności w skali makro jest wydanie specjalne „Gazety Wyborczej" zredagowane przez pisarzy[23]. Artykuł wstępny napisała Olga Tokarczuk, wspomnienie o Władysławie Bartoszewskim – Michał Komar, felieton – Andrzej Bart, opowiadanie zamieścił Janusz Rudnicki, ukazały się też fragmenty nowych powieści itd.

Tomasz Lis w jednym z felietonów nawiązał do telewizyjnego, kanadyjskiego formatu typu *talent show – Twój następny premier*[24]. Zamiast castingu na uczestników takiego programu autor proponuje obywatelską refleksję na ten temat w myśl formuł: *Nasz następny premier powinien…*; *nie może…*; *musi być.…*

Piotr Śliwiński w felietonie *Żeby fikcja była fikcją*[25] proponuje tzw. Literacki Gabinet Cieni, uzasadniając swoje propozycje. Premier jest kolektywny – są to scenarzyści programu „Szpital"; ministrem spraw zagranicznych jest Andrzej Stasiuk, ministrem spraw wewnętrznych – Marcin Świetlicki, ministrem infrastruktury – Ziemowit Szczerek, ministrem edukacji – Manuela Gretkowska lub Janusz Rudnicki, zaś ministrem nauki – Wit Szostak. Jak pisze Śliwiński:

> Urzędujący ministrowie sprawiedliwości i wojska mogą zostać – komplikacja horroru i poetyki absurdu w ich wykonaniu nie ma sobie równych w literaturze światowej. […] Rząd specjalistów od fikcji uważam za jedyne wyjście w sytuacji, kiedy fikcją zajęli się pieniacze […].

Inwencyjność w wywiadzie polega na oryginalnym doborze pytań. W wywiadach przeprowadzonych z fundatorami Poznańskiej Nagrody Literackiej na temat czytelnictwa, poza konwencjonalnymi pytaniami o aktualne lektury czy też najważniejsze książki, które wpłynęły na wybory życiowe, pojawiły się też pyta-

[22] J. M. Ruszar, *Imiona róży*, „Plus Minus" – dodatek do „Rzeczpospolitej" 27–28.02.2016, s. 26–27.

[23] „Gazeta Wyborcza" 2016, nr 95.

[24] T. Lis, *Nasz następny premier*, [w:] idem, *A nie mówiłem*, Wydawnictwo Ringier Axel Springer Polska, Warszawa 2016, s. 50–52.

[25] „Tygodnik Powszechny" 2016, nr 15, s. 31.

nia typu: *Gdyby spotkanie z Mickiewiczem było jakimś cudem możliwe, to o co chciałby pan go zapytać?*[26].

Dyspozycja

Wypowiadając się na temat politycznej sytuacji w Polsce, Tadeusz Sławek uporządkował swą wypowiedź w formie kolejnych dziesięciu *nauk*, *lekcji*[27]. Dydaktyzm tego artykułu podkreślają perswazyjne formuły: *Nie powinno*; *trzeba uczynić wszystko*; *patrzmy*; *należy pamiętać*.

Artykuł Andrzeja Mikulskiego o Puszczy Białowieskiej wpisuje się w trwający spór o kształt jej ochrony[28]. Został zbudowany z pytań i odpowiedzi. Obok pytania tytułowego – ogólnego (*Po co chronić puszczę?*), autor stawia trzy szczegółowe pytania: o powody, dla których Puszcza Białowieska miałaby zasługiwać na ochronę; czy ochroną należy objąć całą puszczę, czy jej część; czy usuwanie z puszczy drzew i sztuczne nasadzenia mogą służyć jej ochronie. Odpowiedź na jedno z pytań składa się z trzech uporządkowanych argumentów (*po pierwsze…* itd.).

Tekst Macieja Jarkowca o ministrze środowiska Janie Szyszce nosi tytuł będący **nazwą perswazyjną** – *Powrót krwawego myśliwego*[29]. Ponieważ artykuł został oparty na pomyśle zagadkowości postaci Szyszki (*Przez najbliższe lata od zagadkowego Jana Szyszki zależeć będzie los naszych lasów, rzek, parków narodowych*[30]), autor skonstruował go w formie pięciu zagadek z biografii ministra: *Zagadka pierwsza: prezes*; *Zagadka druga: ojciec dyrektor*; *Zagadka trzecia: żubr* itd.

Elokucja

Współczesna **metaforyka** – inaczej niż u Arystotelesa – jest sposobem konstrukcji świata i strukturą argumentacyjną (jak w krytyce retorycznej). W tekstach publicystycznych obecne są **figury retoryczne**: myśli – mowy – tropy, występujące nie tylko w funkcji perswazyjnej, ale też estetycznej. Ozdobność tekstu, wynikająca z nasycenia określoną figurą czy wielością figur, przywołuje tzw. **figury gorgiańskie** i **styl azjański**, jednocześnie jest też jedną z zalet stylu.

[26] *O czym porozmawiałbym z Mickiewiczem. Rozmowa redakcji z J. Jaśkiewiczem i B. Marciniakiem*, „Poznańska Nagroda Literacka" – dodatek do „Gazety Wyborczej" 2016, nr 74, s. 2.

[27] T. Sławek, *Wyrocznia bez opamiętania*, „Tygodnik Powszechny" 2016, nr 12, s. 28–31.

[28] A. Mikulski, *Po co chronić puszczę?*, „Gazeta Wyborcza" 2016, nr 11, s. 18.

[29] „Gazeta Wyborcza" 2016, nr 12, s. 16–17.

[30] *Ibidem*, s. 16.

Ewa Szumańska w swych felietonach często stosuje **dużą metaforę**, np. gąbki, w której żyjemy – pozostałości PRL, chłonącej *wszystko, co popadnie*[31]; czy też baby, która pojawia się w okresach protestów i niepokojów w naszym kraju[32] oraz ujętego w formie **personifikacji** – pogrzebu PZPR[33]. Wykorzystuje też **obrazy metaforyczne**, np.: *Od ulicy wszystkie okna są takie same. Tylko o zachodzie, kiedy odbija się w nich słońce, zmieniają się nagle w sypiącą blaskami kolię klejnotów. Po paru minutach znów szarzeją*[34]; czy też obraz radości z odzyskanej po półwieczu wolności[35]. Pisze o Lechu Wałęsie: *Ogromny wąsaty sum na całkowitym bezrybiu politycznych indywidualności we współczesnym świecie*[36].

Retoryka doradzania

Rodzaj doradczy wiąże się z makrokontekstem politycznym[37]. Jacek Fedorowicz zaproponował *Wybór prawd podstawowych*[38] zwolennikom PIS, w myśl zasady: *Jeżeli chcesz być oddanym zwolennikiem…, powinieneś pamiętać i przy każdej okazji powtarzać, że…* Ostatni z punktów sformułował następująco:

> Jest jeszcze pkt 13., ale należy go na razie jedynie zapamiętać. Jego wygłaszanie rozpoczniemy dopiero wtedy, gdy uda się nam już na dobre wyrwać Polskę z łap Unii Europejskiej.
>
> 13. Ten Putin jest całkiem sympatyczny.

Topika

W zbiorze felietonów dziennikarki i podróżniczki – Ewy Szumańskiej[39] współwystępują **toposy podróży** (**drogi**, **wędrówki**), **czasu** i **piękna natury**. Zawsze pełnią funkcję argumentacyjną. Towarzyszą im figury miejsca i czasu.

Topos drogi (bliskie i dalekie – egzotyczne podróże) dominuje w tekstach lub zostaje przywołany jako analogia z teraźniejszością, np.: *Coś podobnego przeżywam obecnie*; *Sekwoje przypomniały mi się niedawno*, porównanie Polski z innymi krajami albo też stanowi przyczynek do refleksji, np. wspomnienie

[31] *Ibidem*, s. 101.
[32] *Ibidem*, s. 178.
[33] *Ibidem*, s. 194.
[34] *Ibidem*, s. 114.
[35] *Ibidem*, s. 221.
[36] *Ibidem*, s. 127.
[37] Pisała o tym M. Załęska, *Wiedza, społeczeństwo, dyskurs i retoryka*, [w:] *Retoryka w komunikacji specjalistycznej*, red. M. Załęska, Polskie Towarzystwo Retoryczne, Warszawa 2015, s. 5–28.
[38] „Gazeta Wyborcza" 2016, nr 60, s. 2.
[39] E. Szumańska, *Felietony…*, *op. cit.*

o Masajach a tradycja wspólnotowa. Autorka daje wyraz zachwytu krajobrazami, przyrodą, naturą i zabytkami: *dziwna roślina*; *jeden z najbardziej zdumiewających widoków*; *największe drzewa świata*; *mieście cudownej architektury romańskiej*; *najpiękniejsze chyba wybrzeże*. Felietonistka pisze w poszczególnych tekstach o jednym lub różnych miejscach, np. w *Pytaniach retorycznych* jest to: powrót z USA do Afryki, Lagos w Nigerii, Abidżan na Wybrzeżu Kości Słoniowej, Akkra w Ghanie. Miejsca, które odwiedziła, wiążą się z dobrymi i złymi wspomnieniami, np. Biafra. Poszukuje w nich tzw. *genius loci*. Wędrówki były *trudne, męczące, ale fascynujące*. Odkrywała nowe, *zapomniane arkadie*, np. *oszałamiający koncert cykad*. O drodze w innym znaczeniu pisze następująco: *Symbolem drogi (nieudanej), jaką przeszliśmy w czasie krótkiej, ale burzliwej transformacji – jest porównanie dwóch premierów z tego okresu*[40]. Pojawiają się też uwagi na temat *kresu wędrówki* czy motyw mapy (*Wierność mapie*, *Mapa*). Na temat celu podróży pisze:

> Żeby po latach przypływał jakiś krajobraz lub miasto – którego los i wielkie niewyobrażalne nieszczęście boli tak, jak boli własne serce[41]; Bo podróżowanie tylko wtedy ma sens, kiedy świat, nawet stosunkowo dobrze poznany, stanowi tajemnicę, a miastom, ulicom i kamieniom zadaje się własne pytania[42].

Ewa Szumańska łączy też perspektywę czasową i podróże:

> Wieczorami, w głębokim fotelu, wyruszam śladami swoich dawnych wędrówek. Zwłaszcza wtedy, kiedy w gazecie czy telewizji ukaże się wiadomość o miejscu, które znam. […]. Jeżeli w jakimś kraju, mieście czy zagubionej wiosce chodziło się po tamtej ziemi, dotykało tamtych drzew, nocowało u przyjaciół i trzymało na kolanach ich dziecko – to nie jest to już tylko nazwa na mapie. Nawet jeżeli po latach, w wieczornym fotelu, wiadomość stamtąd rozdziera serce, przynajmniej się czuje, że się je ma[43].

Topos czasu to zwykle zestawienie „dawniej" i „dziś", np. czas olimpiad w dawnej Grecji a dzisiejsze olimpiady. To także sygnalizowanie upływu czasu: *A jeszcze niedawno…*; *Przetoczyły się święta, a wraz z nimi spłynęła nowa, wezbrana fala wody*. W felietonie *Trzy momenty* autorka zestawia rok 1978 z rokiem 1981 i teraźniejszością. Tekstowi nadała trójdzielną kompozycję. Pojawia się też motyw zmian, nowego, częsty także w tytułach, np. zestawienie PRL z sytuacją po 1989 roku. Felietonistka pisze: *Koło obraca się coraz szybciej – to już jedna, wielka, samonapędzająca się drżączka. Nowe, nowe, nowe…*[44]. Poszukuje śladów dawności, która wywołuje w niej respekt i wzruszenie. Z toposem

[40] *Ibidem*, s. 247.
[41] *Ibidem*, s. 370.
[42] *Ibidem*, s. 352.
[43] *Ibidem*, s. 151.
[44] *Ibidem*, s. 89.

tym wiąże się też motyw powtarzalności historii (*Rocznica*, *Nowy rok*), zderzenia „nowego i starego". To także opozycja przeszłości i współczesności, np. w opisie Rzymu przeszłość jest *znacznie ważniejsza*. Motyw przemijania widoczny jest w następującej poincie jednego z tekstów: *Dziś dożywam końca swoich dni, a historia znów zrobiła złośliwą pętelkę. Patrzę, słucham, włos mi staje na głowie. Déjà vu déjà vécu*[45].

Metody retorycznej analizy tekstów medialnych

Niezależnie od medioznawczych metod i technik badawczych (od ogólnych podejść analitycznych z perspektywy fenomenologiczno-komunikologicznej[46], po szczegółowe, np. analizę językowo-stylistyczną i genologiczną[47]) można zastosować metody retorycznej analizy tekstu, zaproponowane przez neoretorykę – krytykę retoryczną[48]. Spośród charakterystycznych dla krytyki retorycznej technik analitycznych i nurtów na uwagę zasługują, zwłaszcza przywołane w analizie przykładów, **metoda neo-Arystotelesowska** (neoklasyczna, uwzględniająca pojęcia retoryki klasycznej), **metaforyczna i noworetoryczna** (argumentacyjna). Metody krytyki retorycznej zorientowane są na odbiór, analizę i ocenę tekstu pod względem skuteczności retorycznej.

* * *

Wybrane z systemu pojęcia retoryczne i ich zastosowania analityczno-interpretacyjne w odkrywaniu intencji autora i jego technik perswazji często nie pojawiają się rozłącznie, lecz współwystępują dla dobra skutecznej komunikacji i perswazji. Pouczenie rozumu, poruszenie woli i przeżycie estetyczne można rozpatrywać oddzielnie, ale i łącznie jako przekonanie, podobnie jak sprawności logiczne (dowodzenie), perswazyjne i psychologiczne (wzbudzanie uczuć). Dzięki zasobowi środków retorycznych wywiera się wpływ etyczny, emocjonalny i intelektualny.

[45] *Ibidem*, s. 253.

[46] Por. W. Pisarek, *Wstęp do nauki o komunikowaniu*, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2001 (np. analiza zawartości mediów); J. Dąbała, *Media i dziennikarstwo*, Universitas, Kraków 2014.

[47] Zob. J. Fras, *O typologii wypowiedzi medialnych i dziennikarskich*, Wydawnictwo UWr, Wrocław 2013.

[48] Pisał o tym J. Z. Lichański, *Krytyka retoryczna – wprowadzenie do metody*, „Zagadnienia Rodzajów Literackich" 2011, z. 2, s. 267–301.

Bibliografia

Źródła

Andrysiak A., *W którym kręgu piekła spocznie Wałęsa? A w którym my?*, „Dziennik Gazeta Prawna" 2016, nr 39.

Czuchnowski W., Kublik A., *Panie Prezydencie, ułaskaw Dorotę Kanię*, „Gazeta Wyborcza" 2016, nr 29.

Fedorowicz J., *Wybór prawd podstawowych*, „Gazeta Wyborcza" 2016, nr 60.

Jarkowiec M., *Powrót krwawego myśliwego*, „Gazeta Wyborcza" 2016, nr 12.

Kijowski J., *Bronię rodziny Kijowskich*, „Gazeta Wyborcza" 2016, nr 36.

Kurski J., *My, naród, brońmy polskiej demokracji*, „Gazeta Wyborcza" 2016, nr 48.

Lis T., *A nie mówiłem?*, Wydawnictwo Ringier Axel Springer Polska, Warszawa 2016.

Mikulski A., *Po co chronić puszczę?*, „Gazeta Wyborcza" 2016, nr 11.

Moszyński P., *Francja boi się o Euro*, „Gazeta Wyborcza" 2016, nr 72.

O czym porozmawiałbym z Mickiewiczem? Rozmowa redakcji z J. Jaśkiewiczem i B. Marciniakiem, „Poznańska Nagroda Literacka" – dodatek do „Gazety Wyborczej" 2016, nr 72.

Rachid Chehab M., *Unio, baw się sama*, „Gazeta Wyborcza" 2016, nr 36.

Ruszar J. M., *Imiona róży*, „Plus Minus" – dodatek do „Rzeczpospolitej" 27–28.02.2016.

Siedlecka E., *Akty Szydło a fakty*, „Gazeta Wyborcza" 2016, nr 15.

Sławek T., *Wyrocznia bez opamiętania*, „Tygodnik Powszechny" 2016, nr 12.

Sobolewski T., *„Nie można robić katharsis wbrew narodowi"*, „Gazeta Wyborcza" 2016, nr 48.

Szumańska E., *Felietony*, Wrocławskie Wydawnictwo Warstwy, Wrocław 2015.

Śliwiński P., *Żeby fikcja była fikcją*, „Tygodnik Powszechny" 2016, nr 15.

W obronie prof. Grossa, „Gazeta Wyborcza" 2016, nr 36.

Wajrak A., *Barbarzyństwo rządu PIS*, „Gazeta Wyborcza" 2016, nr 72.

Wesołowski J., *Bronię Wałęsy, choć to nie moja bajka*, „Gazeta Wyborcza" 2016, nr 54.

Opracowania

Arystoteles, *Retoryka. Poetyka*, tłum. R. Podbielski, PWN, Warszawa 1988.

Balcerzan E., *W stronę genologii multimedialnej*, [w:] *Polska genologia literacka*, red. D. Ostaszewska, R. Cudak, PWN, Warszawa 2007.

Bogołębska B., *Prasowe eksperymenty gatunkowe*, [w:] *Gatunki i formaty we współczesnych mediach*, red. W. Godzic, A. Kozieł, J. Szyłko-Kwas, Wydawnictwo Poltext, Warszawa 2015.

Dąbała J., *Media i dziennikarstwo*, Universtitas, Kraków 2014.

Fras J., *O typologii wypowiedzi medialnych i dziennikarskich*, Wydawnictwo UWr, Wrocław 2013.

Kultura afektu – afekty w kulturze, red. R. Nycz, A. Łebkowska, A. Dauksza, Wydawnictwo IBL PAN, Warszawa 2015.

Lichański J. Z., *Krytyka retoryczna – wprowadzenie do metody*, „Zagadnienia Rodzajów Literackich" 2011, z. 2.

Pisarek W., *Wstęp do nauki o komunikowaniu*, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2001.

Retoryka w komunikacji specjalistycznej, red. M. Załęska, Polskie Towarzystwo Retoryczne, Warszawa 2015.

Edyta Pałuszyńska
Uniwersytet Łódzki

UWARUNKOWANIA SYTUACYJNE W MEDIALNEJ DEBACIE PUBLICZNEJ

Celem artykułu jest uwyraźnienie związków pomiędzy gatunkami debaty publicznej toczonej w mediach a komunikacją społeczną. Szczególny nacisk zostanie położony na szeroko rozumianą sytuację komunikacyjną, z uwzględnieniem uwarunkowań instytucjonalnych, społecznych i substancjalnych tekstu. Zaproponowany w artykule schemat czynników sytuacyjnych tekstu może stać się narzędziem analizy interakcji podmiotów sfery publicznej, inicjowanej i prowadzonej za pośrednictwem mediów[1].

Medialne programy publicystyczne o formie dialogu włączają się w proces społeczny, którego głównym aktem jest debata publiczna. Tworzą ją jawne dyskusje i spory o charakterze ciągłym, obejmujące możliwie najszerszy krąg aktorów politycznych, tzn. polityków, media i obywateli. Dziedzinę jej konwencji gatunkowych wypełniają przede wszystkim formy dialogowe i polilogowe, takie jak: rozmowa publiczna, konwersacja, wywiad, dyskusja, debata, *talk-show*, magazyn. Według Marka Czyżewskiego dyskusje i debaty często przekształcają się w spór nacechowany moralistyczną retoryką. Brak poszukiwania punktów wspólnych, przy jednoczesnym wyostrzaniu różnic, podziałów i opozycji przedstawianych jako nieusuwalne, prowadzi wręcz do kłótni. Publiczne konfrontacje polityków tracą własności dialogu, polemiki, przekształcając się w ciągi monologów, zrytualizowanych przez wielokrotne powtarzanie tych samych tematów i argumentów[2]. Z perspektywy producenta mówi się natomiast nie o gatunkach, lecz o formatach, czyli o praktycznych regułach pozwalających tworzyć cykliczne audycje i mogących stanowić przedmiot handlu[3]. Badania wskazują, że w genologii

[1] Schemat czynników sytuacyjnych został zastosowany przez autorkę do analizy medialnego dyskursu publicznego w latach 2004–2009, czego efektem jest książka: E. Pałuszyńska, *Strategie dziennikarzy i ich rozmówców w medialnym dyskursie publicznym*, Wydawnictwo UŁ, Łódź 2012.

[2] M. Czyżewski, S. Kowalski, A. Piotrowski (red.), *Rytualny chaos. Studium dyskursu publicznego*, Wydawnictwo Aureus, Kraków 1997, s. 30.

[3] J. Uszyński, *Telewizyjny pejzaż genologiczny*, Telewizja Polska SA. Centrum Strategii – Akademia Telewizyjna, Warszawa 2004, s. 25.

medialnej następuje zacieranie wyrazistości gatunkowej dialogowych form publicystyki politycznej. Wywiady, poprzez zmianę roli dziennikarza, stają się podobne do dyskusji lub rozmowy publicznej (rozmowa → wywiad ← dyskusja), a dyskusje, poprzez większy stopień formalizacji, zbliżają się do debaty (rozmowa → dyskusja ← debata)[4]. Jednocześnie w wielu programach można odnaleźć cechy gatunku *talk-show* (o czym świadczy skupienie na postaci prowadzącego, prowokacyjny charakter, tworzenie iluzji intymności)[5]. Globalnym gatunkiem o charakterze pierwotnym dla pozostałych gatunków medialnych jest jednak rozmowa[6]. Pod wpływem konkurencji rynkowej widoczne stają się procesy konwergencji, które polegają na upodabnianiu struktury gatunkowej oferty mediów publicznych i komercyjnych[7].

Komunikowanie publiczne, w tym komunikowanie polityczne, które realizowane jest za pośrednictwem mediów, to zbiór tekstów pojmowanych jako zdarzenia komunikacyjne. W ich analizie istotne są okoliczności aktu komunikacji, które bywają nazywane tłem pozajęzykowym, sytuacją, kontekstem sytuacyjnym, kontekstem. Według Barbary Bonieckiej:

> […] sytuacją jest to wszystko, co dla mówiących ma znaczenie wtedy, gdy konstruują teksty, czy też to, co powinni brać pod uwagę, gdy mówią inni, wreszcie to wszystko, z czego powinni zdawać sobie sprawę, wchodząc w interakcję, przy założeniu, że stronom zależy na osiągnięciu konkretnych celów[8].

Autorka podkreśla zatem rolę sytuacji w tworzeniu i odbieraniu tekstów oraz jej wpływ na skuteczność działań interakcyjnych.

Taką funkcję językoznawcy przypisują również szeroko rozumianemu kontekstowi. Stanisław Gajda nazywa „kontekstem" określone kulturowo okoliczności, które determinują wypowiedź i wyróżnia trzy jego rodzaje. Najbliższy stanowi sytuacja komunikacyjna, następnie jest kontekst socjokulturowy (obejmuje on m.in. typy sytuacji, kategorie uczestników – ich funkcje i role społeczne oraz konwencje zachowań) i najszerszy – kontekst ogólnokulturowy (wiąże się z takimi czynnikami, jak rodzaje i cele działalności społecznej). Za czynniki kontekstowe,

[4] E. Szkudlarek-Śmiechowicz, *Tekst w radiowej i telewizyjnej debacie politycznej. Struktura. Spójność. Funkcjonalność*, Wydawnictwo UŁ, Łódź 2010, s. 45–59.

[5] G. Ptaszek, *Talk-show. Szczerość na ekranie?*, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Biblioteka TVN, Warszawa 2007, s. 36–43.

[6] U. Żydek-Bednarczuk, *Od rozmowy do talk show. Uwagi o telewizyjnych gatunkach mowy*, [w:] *Gatunki mowy i ich ewolucja*, t. 2: *Gatunek a tekst*, red. D. Ostaszewska, Wydawnictwo UŚ, Katowice 2004, s. 424–437.

[7] M. Mrozowski, *Media masowe. Władza, rozrywka i biznes*, Oficyna Wydawnicza ASPRA-JR, Warszawa 2001, s. 324.

[8] B. Boniecka, *Lingwistyka tekstu – teoria i praktyka*, Wydawnictwo UMCS, Lublin 1999, s. 49.

które decydują o formie, stosowności i znaczeniu tekstu, badacz uznaje: parametry komunikacyjne z ich właściwościami społecznymi, biologicznymi i językowymi; warunki czasowe i przestrzenne przebiegu komunikacji; dziedzinę życia społecznego, do której należy akt komunikacji językowej; temat komunikacji; kanał przekazu; stopień oficjalności; intencje nadawcy[9]. W zaproponowanym ujęciu kontekst i sytuacja różnią się głównie zakresami – sytuacja jest rozumiana wąsko, kontekst zaś szeroko. Również Urszula Żydek-Bednarczuk postuluje odróżnienie sytuacji od kontekstu. Wprowadza definicję regulującą, w myśl której sytuacja byłaby zewnętrzną ramą dla tekstu, determinującą go w polu tematycznych, społecznych i instytucjonalnych oraz kulturowych odniesień[10]. Kontekst zaś jest wyznacznikiem tekstowości, zostaje zakodowany w tekście, a buduje się w nim poprzez odniesienia referencjalne – w tym deiksę miejsca, czasu, osoby – oraz przez anaforę[11]. Także Jacek Warchala widzi potrzebę zarezerwowania terminu *kontekst* dla nazwania otoczenia tekstowego danego wyrażenia, aktu mowy, znaku, aczkolwiek zauważa, że w praktyce językoznawcy stosują go zamiennie z terminem *sytuacja* oraz *tło pozajęzykowe*. Badacz odnotowuje trzy rozumienia pojęcia *sytuacji*: sytuacja jako horyzont życia, który wyznacza podstawowe warunki działania komunikacyjnego, ale nie podlega interpretacji bezpośredniej; sytuacja, o której się mówi (świat przedstawiany) to tematyzowane stany rzeczy, i wreszcie sytuacja, w której się mówi, rozumiana jako interpretant znaczenia[12].

Reasumując, sytuację i też zamiennie – kontekst tworzenia oraz odbioru tekstów w medialnym dyskursie publicznym i politycznym można zdefiniować jako uporządkowany zbiór okoliczności i uwarunkowań, które regulują dobór środków językowych i determinują sensowny odbiór tekstu. Przy czym regulacja dotyczy

[9] S. Gajda, *Gatunki wypowiedzi potocznych*, [w:] *Współczesna polszczyzna. Wybór opracowań*, t. 3: *Akty i gatunki mowy*, red. J. Bartmiński, S. Niebrzegowska-Bartmińska, J. Szadura, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2004, s. 147.

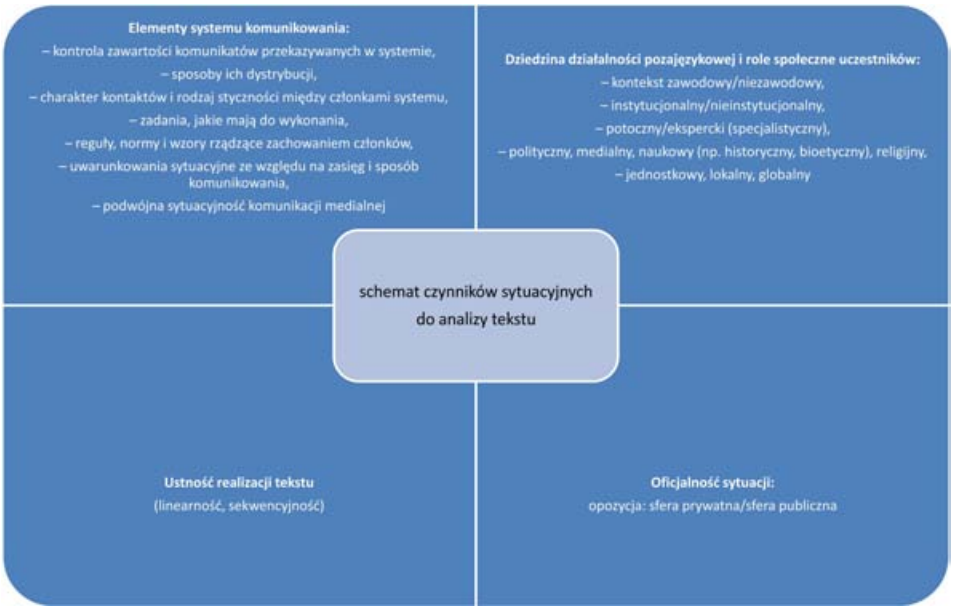
[10] Pole to autorka określa jako umowne, gdyż sytuację należałoby rozpatrywać z punktu widzenia interlokutorów w danym miejscu i czasie. Doborem składników rządzi zasada relewancji, ponieważ uczestnicy wybierają te elementy, które służą realizacji celów. Por. U. Żydek-Bednarczuk, *Wprowadzenie do lingwistycznej analizy tekstu*, Universitas, Kraków 2005, s. 231.

[11] Anafora jest wtórnym systemem odniesienia, który nawarstwia się na system podstawowy (odniesień do wyróżnionych i nazywanych przez nadawcę tekstu fragmentów rzeczywistości pozatekstowej). Polega na nawiązaniu do spraw i przedmiotów już w tekście wspomnianych. Anaforyzowane mogą być nie tylko grupy imienne, ale treści sformalizowane w całym zdaniu. Jest to zabieg uspójniający tekst (por. Z. Topolińska [red.], *Gramatyka współczesnego języka polskiego. Składnia*, Wydawnictwo PWN, Warszawa 1984, s. 236). John Lyons upatruje w anaforze ważny mechanizm kontekstualizacji, a więc przeinterpretowanie odniesienia deiktycznego na odniesienie anaforyczne, wewnątrztekstowe (J. Lyons, *Semantyka*, t. 2, przekł. A. Weinsberg, Wydawnictwo PWN, Warszawa 1989, s. 270–273).

[12] J. Warchala, *Kategoria potoczności w języku*, Wydawnictwo UŚ, Katowice 2003, s. 89–90.

zarówno preferencji, jak i ograniczeń w stosowaniu tych środków. Sytuacja w dyskursie ma funkcję sensotwórczą, to znaczy, że wiedza na temat uwarunkowań sytuacyjnych jest konieczna do fortunnego, optymalnego zrozumienia wypowiedzi.

Sytuacja jako wycinek rzeczywistości (konkretnej i mentalnej) nie może być przedmiotem wyczerpującego opisu, gdyż zawiera nieskończony zbiór elementów i relacji. Należy zatem przyjąć funkcjonalny modeli sytuacji, który pozwoli na interpretację zachowań komunikacyjnych w medialnej debacie publicznej. Powinny zostać w nim wyeksponowane czynniki szczególnie ważne w analizie językoznawczej: substancjalna odmiana języka, w jakiej realizowany jest tekst; typ kontaktu językowego; uwarunkowania pragmatyczne i komunikacyjne.



Ryc. 1. Schemat czynników sytuacyjnych

Źródło: Opracowanie własne.

Urzeczywistnianie języka (i tworzonych w nim tekstów) przez kanał foniczny wiąże się z faktem, że to dźwięk, a nie pismo, jest substancją służącą do przenoszenia znaków językowych. W związku z tym wyodrębnia się substancjalną odmianę ustną, percypowaną słuchowo. Jak podkreślają badacze, z właściwości substancji dźwiękowej wynika wiele specyficznych cech tej odmiany, między innymi linearność i sekwencyjność[13]. Tekst ustny jest percypowany przez odbiorcę

[13] Por. K. Ożóg, *Ustna odmiana języka ogólnego*, [w:] *Współczesny język polski*, red. J. Bart-

w trakcie wypowiadania go przez nadawcę. Odbiorca nie ma możliwości powrotu do wcześniejszych fragmentów tekstu (jak w formie pisanej), co może stanowić utrudnienie całościowego odbioru. Tekst percypowany kanałem słuchowym, zwłaszcza dłuższy, nie jest dany odbiorcy jako całość. Dociera do niego w kolejnych fragmentach. Jak pisze Krystyna Pisarkowa:

> […] wyłączenie sygnałów graficznych, jak układ wierszy, podział na akapity, „światło", sygnałów interpunkcyjnych, wielkich liter, kroju czcionki (kursywa, wersaliki), jej rozstawienie (spacje), brak możliwości wybiegania naprzód, brak możliwości ogarnięcia, przewidzenia całej objętości tekstu, który dopiero nastąpi – oznacza rezygnację z całego kompletu jednostek informacyjnych[14].

Wszystkie te uwarunkowania powinny być uwzględniane przez nadawcę tekstu mówionego, który winien zwiększyć częstotliwość sygnałów segmentacji, spójności i podtrzymania kontaktu.

Sekwencyjność i linearność tekstu ustnego ma zatem odzwierciedlenie w jego organizacji. Jak twierdzi Jerzy Bartmiński: „[…] sekwencyjność wypowiedzi ustnej znajduje odbicie w jej segmentacji, a z drugiej strony stwarza zapotrzebowanie na mechanizmy integrujące tekst"[15]. Mechanizmy te mogą być stymulowane przez świadome działania nadawcy. Według Marii Renaty Mayenowej:

> Suma energii (wkładanej w rozumienie tekstu) jest tym mniejsza, im więcej tekst wprowadza *explicite* wyrażonych na powierzchni środków spójnościowych, prawdziwie orientujących odbiorcę w stosunkach semantycznych w danym tekście; energia jest tym mniejsza, im mniej operacji musi dokonać odbiorca, by ujawnić mechanizm spójności[16].

Tak więc integralność tekstu, która zasadza się na następstwie i logicznym porządku myśli, jest wspierana przez działania o charakterze metatekstowym, realizowane na poziomie lokalnym i globalnym[17]. Należy założyć, że tekst mówiony (z uwagi na właściwości percepcyjne) wymaga szczególnych sygnałów segmentacji, spójności i podtrzymania kontaktu. Ustność tekstu jest zatem ważnym czynnikiem sytuacyjnym.

---

miński, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2001, s. 88; J. Bartmiński, S. Niebrzegowska-Bartmińska, *Tekstologia*, Wydawnictwo PWN, Warszawa 2009, s. 99.

[14] K. Pisarkowa, *O spójności tekstu mówionego*, [w:] *Tekst i język. Problemy semantyczne*, red. M. R. Mayenowa, Ossolineum, Wrocław 1974, s. 41–42.

[15] J. Bartmiński, S. Niebrzegowska-Bartmińska, *op. cit.*, s. 100.

[16] M. R. Mayenowa, *Spójność tekstu a postawa odbiorcy*, [w:] *O spójności tekstu*, red. M. R. Mayenowa, Ossolineum, Wrocław 1971, s. 199.

[17] Pojęcia *poziomu lokalnego* i *poziomu globalnego* pozwalają na zróżnicowanie perspektywy oglądu: od kontekstu sekwencyjnego (wypowiedzi bezpośrednio poprzedzające analizowaną wypowiedź i następujące po niej) do całościowej organizacji tekstu (analiza wypowiedzi w szerszych strukturach rozmowy).

Kolejnym determinantem zachowań komunikacyjnych jest oficjalność sytuacji komunikacyjnej, rozumiana jako kategoria regulująca występowanie nadawcy i odbiorcy w roli reprezentantów jakichś grup czy organizacji, nie zaś jako osób prywatnych[18]. Jan Mazur rozróżnia atrybuty: oficjalny/nieoficjalny i publiczny/prywatny. Autor twierdzi, że prywatny charakter rozmowy jest możliwy w warunkach nieoficjalnego kontaktu, chociaż nie każdy taki kontakt musi mieć charakter prywatny. Prywatny charakter sugeruje szczególne więzi, zaufanie. Charakter sytuacji i rodzaj kontaktu stały się podstawą wyróżnienia odmian współczesnej polszczyzny. Powtarzalność odmiany potocznej, swobodnej w wielu typologiach i brak jednolitych ustaleń co do dalszych podziałów skłoniły współcześnie językoznawców do wyodrębnienia dwóch wariantów odmiany ustnej języka ogólnego: nieoficjalnego[19] i oficjalnego[20]. Jednocześnie kategoria oficjalności i nieoficjalności została przesunięta w stronę uwarunkowań sytuacyjnych, do których mają być dostosowane zachowania komunikacyjne[21]. Oficjalność/nieoficjalność stała się zatem nie tyle kategorią stylistyczną, ile socjolingwistyczną. Za czynniki decydujące uznano układ interakcyjny, a szczególnie występowanie rozmówców w rolach społecznych oraz odgraniczenie od sfery prywatnej. Rozpoznanie sytuacji w studiu telewizyjnym jako oficjalnej zakłada wejście rozmówców w role oraz uznanie instytucjonalizacji i formalizacji interakcji, co przejawia się w przewidywalności tematu, zachowaniu dystansu, rytualizacji zachowań, większej dbałości o formę językową wypowiedzi. Jacek Warchala postuluje uznanie oficjalności za rodzaj postmodernistycznie rozumianej gry, którą podejmują uczestnicy, aby budować swój status: „[…] trafniej będzie ująć problem oficjalności w pragmatycznych kategoriach strategii interakcyjnej, a zatem nie tylko jako właściwość subsystemu językowego, ale rodzaj reguły budowania tekstu adekwatnego do stopnia sformalizowania sytuacji[22]. Analiza debaty publicznej toczonej w mediach często wskazuje na takie właśnie taktyczne wykorzystanie opozycji oficjalność/nieoficjalność w kształtowaniu i interpretowaniu zachowań komunikacyjnych oraz w kreowaniu mikrosytuacji komunikacyjnej.

---

[18] A. Markowski, *Polszczyzna końca XX wieku*, Wiedza Powszechna, Warszawa 1992, s. 11.

[19] Nieoficjalny charakter wypowiedzi powoduje, że nadawca nie jest sytuacyjnie ograniczony zarówno w wyborze kodu, jak i środków językowych. Por. J. Mazur, *Organizacja tekstu potocznego. Na przykładzie języka polskiego i rosyjskiego*, Wydawnictwo UMCS, Lublin 1986, s. 25.

[20] Por. B. Dunaj, *Odmiana oficjalna i nieoficjalna języka mówionego*, [w:] *Studia nad polszczyzną mówioną Krakowa*, t. 1, red. B. Dunaj, Wydawnictwo UJ, Kraków 1981; A. Markowski, *op. cit.*

[21] S. Grabias, *Język w zachowaniach społecznych*, wyd. 2 popr., Wydawnictwo UMCS, Lublin 2003, s. 282.

[22] J. Warchala, *op. cit.*, s. 125.

Podmioty debaty publicznej są zaangażowane w różnego rodzaju działania. Ich aktywność może mieć charakter zawodowy (profesjonalny) bądź niezawodowy, instytucjonalny lub nieinstytucjonalny. Ze względu na rodzaj działania można wyróżnić kontekst: polityczny, naukowy (np. historyczny, filozoficzny, bioetyczny), religijny, medialny. Z uwagi na poziom ogólności odniesienia można wskazać poziom jednostkowy (indywidualny), ponadjednostkowy poziom lokalny (grupa społeczna, naród), ponadjednostkowy poziom globalny (stosunki międzynarodowe). Dziedzina wspólnego działania dostarcza informacji, które mniej lub bardziej bezpośrednio decydują o sensie wypowiedzi, regulują zasady komunikowania się, są źródłem konwencji porozumiewania, których znajomość warunkuje udział w dyskursie.

Najbardziej skomplikowany układ elementów sytuacyjnych wiąże się z rozpatrywaniem wypowiedzi w kontekście komunikowania masowego. Przestrzeń społeczna, w jakiej działają media masowe, „to układ złożony, poddany działaniu sprzecznych sił w rozmaity sposób determinujących organizację i funkcjonowanie poszczególnych obszarów tego układu”[23]. Do kluczowych pojęć, które organizują treści kognitywne, pozwalają kategoryzować zachowania komunikacyjne jako działania, należą: sfera publiczna, sfera prywatna, sfera instytucjonalna, interes publiczny, interes prywatny (jednostkowy).

Komunikowanie społeczne to proces porozumiewania się jednostek, grup lub instytucji, którego celem jest wymiana myśli, dzielenie się wiedzą, informacjami, ideami. Proces ten jest charakteryzowany przez liczbę i zasięg uczestników, rodzaj środków komunikowania, realizowane funkcje[24]. Podkreśla się między innymi jego kreatywność, dynamiczność, ciągłość, symboliczność, interakcyjność, celowość, nieuchronność i – co istotne dla niniejszych rozważań – kontekstualność, rozumiana jako zależność od rodzaju kontekstu społecznego, w którym komunikacja przebiega (kontekst: interpersonalny, grupowy, instytucjonalny, publiczny, masowy, międzykulturowy).

Nie sposób zrozumieć działań komunikacyjnych uczestników debaty publicznej, jeśli się je rozpatruje jako proste porozumiewanie się interpersonalne jednostek. Stopień skomplikowania relacji nadawczo-odbiorczych w medialnych programach politycznych (podwójna sytuacyjność), złożone konteksty przekazów sprawiają, że najbardziej adekwatnym ujęciem zachodzącej tam komunikacji jest rozpatrywanie jej w ramach systemów komunikowania. Uczestnikami takich systemów mogą być nie tylko jednostki, ale również grupy i instytucje. Bogusława Dobek-Ostrowska wskazuje na takie elementy systemu komunikowania, jak:

[23] M. Mrozowski, *op. cit.*, s. 117.

[24] B. Dobek-Ostrowska, *Komunikowanie polityczne i publiczne*, Wydawnictwo PWN, Warszawa 2006, s. 60–89.

uczestnicy systemu, ich skład, struktura i cechy; kontrola zawartości komunikatów przekazywanych w systemie; źródła i drogi dopływu informacji do systemu, charakter kontaktów i rodzaj styczności między członkami systemu; zadania, jakie mają do wykonania członkowie systemu; reguły, wzory i normy rządzące zachowaniem członków systemu; charakter sprzężenia zwrotnego[25].

Rola, jaką odgrywają wskazane wyżej elementy w analizowanych interakcjach, jest wielopłaszczyznowa: system wyznacza zakres niezbędnych działań i aktywności uczestników, zapewnia racjonalność podejmowanych działań, pozwala wydobyć ich sens oraz dostarcza wzorów i norm rządzących zachowaniem członków. Uwarunkowania te ujawniają się z różnym natężeniem, niezależnie od konkretnego typu systemu (czy jest to system komunikowania społecznego, publicznego, politycznego, masowego, czy organizacyjnego).

Dyskurs publiczny i polityczny toczony w mediach można traktować jako zjawisko całościowe. Stopień podporządkowania tego dyskursu logice mediów jest bowiem tak duży, że wpływa na jakościowe zmiany sfery publicznej, a także na formuły komunikowania się w tej sferze. Według badań socjologicznych, komunikowanie publiczne ulega deformacji, przyjmując formułę rytualnego chaosu[26] i wykazując cechy „uwiedzenia" środków masowego przekazu przez masy[27]. Nasila się proces „zużywania" elit symbolicznych w mediach, które stają się dostarczycielem podniet dla masowej publiczności i ulegają instrumentalizacji[28].

---

[25] *Ibidem*, s. 104.

[26] Rytualny chaos polega na tym, że: „[…] świadek sporów na scenie politycznej lub w środkach masowego przekazu odnosi nieodparte wrażenie, że porozumienie między przeciwstawnymi stronami jest z gruntu niemożliwe, a stronom tym nie chodzi o nic więcej, aniżeli o nagłaśnianie własnych racji" (por. M. Czyżewski, S. Kowalski, A. Piotrowski [red.], *op. cit.*, s. 53). Chaos to bezład i bezkonkluzyjność, które decydują o wewnętrznej sprzeczności i nieczytelności przekazu. Rytualizacja zaś polega na utrwaleniu się zestalonych, powtarzalnych i niepodatnych na zmianę wzorów działania.

[27] Teza Jeana Baudrillarda odwraca kierunek wpływu: to nie elity i media manipulują masowym odbiorcą, ale masowy odbiorca staje się dysponentem mediów, które dopasowują się mimowolnie do oczekiwań mas. Potrzeby mas podlegają stabilizacji, odpolitycznieniu, a nastawione są głównie na rozrywkę. Według Baudrillarda żyjemy w erze uwiedzenia, w której relacja uwiedzenia jest przeciwieństwem stosunków produkcji. W erze tej: „[…] pan został uwiedziony przez niewolnika a niewolnik przez pana […] zdegenerowany język uwiedzenia, zmieszany ze zdegenerowanym językiem polityki, wszędzie się sprawdza […] uwodzenie staje się nieformalną formą polityki, pomniejszoną ramą dla nieuchwytnej polityki poświęconej niekończącej się reprodukcji formy bez treści" (por. J. Baudrillard, *O uwodzeniu*, przeł. J. Margański, Wydawnictwo Sic!, Warszawa 2005, s. 173–176).

[28] Reprezentanci elit uczestniczą w audycjach i dyskusjach telewizyjnych, ale „udział w nich wiąże się w nieunikniony sposób ze zgodą na właściwe dla nich mechanizmy streszczania, spłaszczania, stereotypizacji oraz ceremonialnego ujednolicenia lub sztucznie aranżowanej polaryzacji stanowisk. […] Niezmiernie rzadko zdarza się, by w telewizyjnych dyskusjach studyjnych udało się

Zjawiska te wpływają na funkcjonalną dziedzinę dyskursu, gdyż nadawcy medialnemu chodzi nie tyle o kształtowanie społecznego ładu (dzięki organizowaniu dialogu różnych stron, opartego na wzajemnym uwzględnianiu cudzych racji), ile o aranżowanie przed kamerami konfliktu niemożliwych do pogodzenia racji. Stosuje się więc poetykę przejaskrawienia i intensyfikacji doznań. Tego rodzaju przekaz jest w stanie wywrzeć na odbiorcy silne wrażenie i przykuć jego uwagę. „Fatyczna funkcja języka, służąca ustanowieniu kontaktu i podtrzymaniu rozmowy […] w telewymiarze sieci nabiera cech hipertroficznych. Kontakt dla samego kontaktu przyjmuje postać swego rodzaju czystego, językowego samouwiedzenia”[29]. Makrointencją przekazów medialnych jest „bycie słuchanym, oglądanym, czytanym” oraz wywieranie wpływu (makrointencja perswazyjna)[30].

Dziedzina funkcjonalna rzutuje na dziedzinę wypowiedzeniową. Interakcje, które reżyserowane są przez dziennikarzy, polegają często na podsycaniu konfliktów. Następuje intensyfikacja cech dramaturgicznych interakcji publicznej (polegających na dynamice kontrolowanych i niekontrolowanych ekspresji) pod wpływem medialnej widowni. Dla dziedziny wypowiedzeniowej dyskursu istotny jest zatem model medialnej sytuacji nadawczo-odbiorczej: rozmawiający na scenie aktorzy pozostają w kontakcie bezpośrednim „twarzą w twarz”, ale ich działania prowadzone są z myślą o pośrednio dostępnej publiczności.

Właściwość tę określa się jako podwójną sytuacyjność, gdyż tekst medialny jest osadzony w dwu sytuacjach: sytuacji traktowanej globalnie, czyli makrosytuacji i sytuacji traktowanej lokalnie, czyli mikrosytuacji. W studiu aranżowana jest mikrosytuacja (z udziałem uczestników interakcji: dziennikarzy, polityków, ekspertów[31]). Elementami makrosytuacji są instytucjonalny nadawca medialny, odbiorca masowy i zachodzące między nimi relacje. Podział ról nadawcy i odbiorcy jest trwały, a przestrzenne oddzielenie uniemożliwia bezpośredni kontakt[32].

---

uniknąć obydwu nagminnych wad tego rodzaju audycji: z jednej strony ceremonialnej sztampy, z drugiej – bezproduktywnej i pospiesznej prezentacji rozbieżnych stanowisk” (por. M. Czyżewski, S. Kowalski, A. Piotrowski [red.], *op. cit.*, s. 21).

[29] J. Baudrillard, *op. cit.*, s. 161.

[30] P. Nowak, R. Tokarski, *Medialna wizja świata a kreatywność językowa*, [w:] *Kreowanie światów w języku mediów*, red. P. Nowak, R. Tokarski, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2007, s. 14.

[31] Charakterystyczną cechą dyskursu medialnego jest dekompozycja autorytetów. Sytuacja telewizyjna zrównuje wszystkich obecnych w studiu, a osoba medialnie atrakcyjna (sprawna komunikacyjnie, plastyczna, dynamiczna) może uzyskać sytuacyjną przewagę, stąd telewizyjna popularność nie musi odpowiadać statusowi zewnętrznemu. Ucieleśnieniem nowych reprezentantów elit symbolicznych jest „pseudointelektualna gwiazda środków masowego przekazu” lub zarządzający projektami badawczymi manager naukowy (por. M. Czyżewski, S. Kowalski, A. Piotrowski [red.], *op. cit.*, s. 67).

[32] W. Miodunka, A. Ropa, *Z zagadnień socjolingwistycznego opisu sytuacji. Na przykładzie sytuacji telewizyjnych*, „Socjolingwistyka” 1979, t. 2, Instytut Języka Polskiego PAN, s. 63–75.

Z perspektywy ukonstytuowania tekstu istotny jest stopień scalenia makro- i mikrosytuacji[33]. Pod uwagę bierze się zmienność dystansu pomiędzy makro- i mikrosytuacją, która jest zależna od roli dziennikarza i formuły programu. Styczność obu sytuacji zachodzi wówczas, kiedy widz „podsłuchuje" rzeczywisty dialog. Jeśli dziennikarz kieruje dialogiem, porządkuje go wokół tematu, a zwłaszcza prowadzi pozorowany dialog z widzem, wówczas następuje bardziej widoczne osadzenie mikrosytuacji w ujawnionej makrosytuacji, która tym samym staje się pełną strukturą komunikacyjną. Niezależnie jednak od proporcji pomiędzy mikrosytuacją a ujawnioną makrosytuacją fakt osadzenia w nich debaty publicznej jest najistotniejszym czynnikiem sytuacyjnym interakcji.

Związki między gatunkami debaty publicznej toczonej w mediach a komunikacją społeczną są wielopłaszczyznowe. W ich opisie można posłużyć się pojęciami *sytuacji* i *kontekstu*. Zachowania językowe uczestników debaty są uwarunkowane substancjalną odmianą języka, oficjalnym charakterem sytuacji komunikacyjnej, celami działalności pozajęzykowej rozmówców oraz typem komunikowania. Różnorodność uwarunkowań jest spowodowana między innymi tym, że sfera publiczna ulega nieustannym przekształceniom, a dynamika zmian ma wpływ na dyskurs publiczny, którego częścią jest dyskurs polityczny. Istotnym czynnikiem w tym procesie jest rozwój technologii komunikacyjnych, z czym wiąże się zastępowanie interakcji bezpośrednich interakcjami zapośredniczonymi przez media oraz wzrost znaczenia masowych audytoriów. Na zmiany w sferze publicznej ma również wpływ instytucjonalizacja coraz większych obszarów życia społecznego. Nasila się zjawisko mediatyzacji polityki i profesjonalizacji komunikowania politycznego. Wszystko to sprawia, że podejmowanie jakiejkolwiek aktywności w sferze publicznej wymaga coraz wyższych kompetencji komunikacyjnych i wiedzy na temat uwarunkowań działania w ramach systemów komunikowania.

Bibliografia

Bartmiński J., Niebrzegowska-Bartmińska S., *Tekstologia*, Wydawnictwo PWN, Warszawa 2009.

Baudrillard J., *O uwodzeniu*, przeł. J. Margański, Wydawnictwo Sic!, Warszawa 2005.

Boniecka B., *Lingwistyka tekstu – teoria i praktyka*, Wydawnictwo UMCS, Lublin 1999.

Czyżewski M., Kowalski S., Piotrowski A. (red.), *Rytualny chaos. Studium dyskursu publicznego*, Wydawnictwo Aureus, Kraków 1997.

Dobek-Ostrowska B., *Komunikowanie polityczne i publiczne*, Wydawnictwo PWN, Warszawa 2006.

[33] A. Krupska-Perek, *Status komunikacyjny dialogowych programów telewizyjnych (Czy telewizyjny program dialogowy „na żywo" jest tekstem?*), [w:] *Język w mediach*, red. K. Michalewski, Wydawnictwo UŁ, Łódź 2002, 493–499.

Dunaj B., *Odmiana oficjalna i nieoficjalna języka mówionego*, [w:] *Studia nad polszczyzną mówioną Krakowa*, t. 1, red. B. Dunaj, Wydawnictwo UJ, Kraków 1981.

Gajda S., *Gatunki wypowiedzi potocznych*, [w:] *Współczesna polszczyzna. Wybór opracowań*, t. 3: *Akty i gatunki mowy*, red. J. Bartmiński, S. Niebrzegowska-Bartmińska, J. Szadura, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2004.

Grabias S., *Język w zachowaniach społecznych*, wyd. 2 popr., Wydawnictwo UMCS, Lublin 2003.

Krupska-Perek A., *Status komunikacyjny dialogowych programów telewizyjnych (Czy telewizyjny program dialogowy „na żywo" jest tekstem?*), [w:] *Język w mediach*, red. K. Michalewski, Wydawnictwo UŁ, Łódź 2002.

Lyons J., *Semantyka*, t. 2, przekł. A. Weinsberg, Wydawnictwo PWN, Warszawa 1989.

Markowski A., *Polszczyzna końca XX wieku*, Wiedza Powszechna, Warszawa 1992.

Mayenowa M. R., *Spójność tekstu a postawa odbiorcy*, [w:] *O spójności tekstu*, red. M. R. Mayenowa, Ossolineum, Wrocław 1971.

Mazur J., *Organizacja tekstu potocznego. Na przykładzie języka polskiego i rosyjskiego*, Wydawnictwo UMCS, Lublin 1986.

Miodunka W., Ropa A., *Z zagadnień socjolingwistycznego opisu sytuacji. Na przykładzie sytuacji telewizyjnych*, „Socjolingwistyka" 1979, t. 2, Instytut Języka Polskiego PAN.

Mrozowski M., *Media masowe. Władza, rozrywka i biznes*, Oficyna Wydawnicza ASPRA-JR, Warszawa 2001.

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

Ożóg K., *Ustna odmiana języka ogólnego*, [w:] *Współczesny język polski*, red. J. Bartmiński, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2001.

Pałuszyńska E., *Strategie dziennikarzy i ich rozmówców w medialnym dyskursie publicznym*, Wydawnictwo UŁ, Łódź 2012.

Pisarkowa K., *O spójności tekstu mówionego*, [w:] *Tekst i język. Problemy semantyczne*, red. M. R. Mayenowa, Ossolineum, Wrocław 1974.

Ptaszek G., *Talk-show. Szczerość na ekranie?*, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Biblioteka TVN, Warszawa 2007.

Szkudlarek-Śmiechowicz E., *Tekst w radiowej i telewizyjnej debacie politycznej. Struktura. Spójność. Funkcjonalność*, Wydawnictwo UŁ, Łódź 2010.

Topolińska Z. (red.), *Gramatyka współczesnego języka polskiego*. *Składnia*, Wydawnictwo PWN, Warszawa 1984.

Uszyński J., *Telewizyjny pejzaż genologiczny*, Telewizja Polska SA. Centrum Strategii – Akademia Telewizyjna, Warszawa 2004.

Warchala J., *Kategoria potoczności w języku*, Wydawnictwo UŚ, Katowice 2003.

Żydek-Bednarczuk U., *Od rozmowy do talk show. Uwagi o telewizyjnych gatunkach mowy*, [w:] *Gatunki mowy i ich ewolucja*, t. 2: *Gatunek a tekst*, red. D. Ostaszewska, Wydawnictwo UŚ, Katowice 2004.

Żydek-Bednarczuk U., *Wprowadzenie do lingwistycznej analizy tekstu*, Universitas, Kraków 2005.

Agnieszka Mac
Uniwersytet Rzeszowski

ANALIZA MEDIOLINGWISTYCZNA TELEWIZYJNYCH SERWISÓW INFORMACYJNYCH – STUDIUM PRZYPADKU

Wprowadzenie

Podstawowym celem niniejszego artykułu jest nakreślenie głównych założeń multimodalnej lingwistyki tekstu na podstawie analizy współczesnych tekstów medialnych, które wymykają się tradycyjnym opisom lingwistycznym, a tym samym podejściom badawczym. Z założeń tych wynika potrzeba łączenia środków niejęzykowych z językowymi w analizach (medio)lingwistycznych. Chodzi tutaj o systemy znaków[1] (semiosfery) danego medium[2], do których można zaliczyć na przykładzie przekazów telewizyjnych język (mówiony i pisany), obraz (statyczny i ruchomy), odgłosy i muzykę, jak również wieloaspektowe interakcje między nimi, dzięki którym tworzą one semantyczną całość.

Zagadnienie to zostanie przedstawione na przykładzie analizy dyskursu medialnego magazynów informacyjnych dwóch stacji telewizyjnych (publicznej i komercyjnej) pod kątem oferowanych treści oraz sposobów i środków ich wyrażania. Punktem wyjścia jest fakt, iż ten sam przekaz może być zaaranżowany w różnoraki sposób i w związku z tym może generować różne sensy zgodnie z preferowanym przez nadawcę znaczeniem. Rozważania podejmują zatem próbę udzielenia odpo-

[1] W niniejszym artykule używam synonimicznie określeń *modalność – semiosfera – system znaków – kod*.

[2] Pojęcie *medium* traktuję, z jednej strony, jako nośnik i źródło rozpowszechniania tekstów, z drugiej zaś, na bazie teorii znaku jako wariant medialny/medialność. Jak uważają Antos i Opiłowski takie pojmowanie terminu jest „całkowicie uzasadnione i […] sensowne, ponieważ obydwa stosowane warianty odnoszą się do ważnej cechy *medium* jako pojęcia: dostarczania i przekazywania form i treści, które przy określonym znaku umożliwiają jego monomorficzne, komunikatywno-funkcjonalne występowanie oraz sprawiają, że taki zmediatyzowany znak może łączyć się z innymi znakami w całości tekstu. Z drugiej strony lub wskutek tego każde medium (telewizja, internet, tablet, smartfon itd.) tworzy techniczną i sytuacyjną przestrzeń bądź ramy dla interakcji mediatyzowanych znaków (medialności)". Por. G. Antos, R. Opiłowski, *W drodze do lingwistyki obrazu. Kierunki rozwoju nowej subdyscypliny lingwistycznej z perspektywy polsko-niemieckiej*, „tekst i dyskurs – text und diskurs", nr 8, red. Z. Bilut-Homplewicz, W. Czachur, Zakład Graficzny UW, Warszawa–Rzeszów 2015, s. 14.

wiedzi na pytanie: Jakie obrazy rzeczywistości konstruuje dany kanał? I poprzez jakie konstrukty semiotyczne to czyni?

Multimodalna lingwistyka tekstu w ujęciu germanistycznym i polonistycznym

W dzisiejszych mediach dochodzi do powstawania całkowicie nowych modeli i standardów semiotycznego inscenizowania wiedzy. Potwierdzeniem tego faktu są między innymi takie cechy tekstu, jak np.: hybrydyzacja, formy mieszane, odstępstwa od zrutynizowanych zachowań komunikacyjnych, interaktywność czy też przeplatanie się różnych form medialnych. Pod względem formalnym można zauważyć, iż zyskują one stopniowo status normy w komunikacji[3]. Abstrahując od powyższych tendencji, główną cechą współczesnych tekstów prasowych, telewizyjnych, radiowych i internetowych jest ich multimodalność[4].

Temat multimodalności, a zarazem tekstów multimodalnych, dyskutowany jest systematycznie w literaturze germanistycznej od co najmniej 15 lat. Za początek debaty nad tym zagadnieniem uważa się często tom zbiorowy opublikowany pod redakcją Ulli Fix, Kirsten Adamzik, Gerda Antosa, Michaela Klemma w roku 2002 pt. *Brauchen wir einen neuen Textbegriff?* [Czy potrzebujemy nowego pojęcia tekstu? – A. M.]. Większość autorów ze wspomnianego tomu wskazuje – mimo pewnych rozbieżności w odniesieniu do sposobu realizacji – na konieczność uwzględnienia w analizie tekstów zarówno elementów werbalnych, jak i wizualnych, które składają się na całościowe znaczenie tekstu. Taki pogląd potwierdzają równocześnie liczne prace empiryczne ostatnich lat, w których podjęto się systematycznej analizy tekstów z uwzględnieniem elementów niewerbalnych[5]. Wielu

[3] Por. M. Luginbühl, D. Perrin (red.), *Muster und Variation. Medienlinguistische Perspektiven auf Textproduktion und Text*, Peter Lang Verlag, Bern 2011.

[4] Słowo *modalny* zostało wprowadzone w tym kontekście przez Kressa i van Leeuwena, gdzie *modes* zostały opisane jako „semiotic resources which allow the simultaneous realisation of discourses and types of (inter) action". Por. G. Kress, T. van Leeuwen, *Multimodal discourse. The modes and media of contemporary communication*, Hodder Arnold Publication, London 2001, s. 21 i nast.

[5] Zob. m.in. H. Stöckl, *Die Sprache im Bild – Das Bild in der Sprache. Zur Verknüpfung von Sprache und Bild im massenmedialen Text. Konzepte – Theorien – Analysemethoden*, Walter de Gruyter, Berlin–New York 2004 – teksty prasowe i reklama; U. Fix (red.), *Hörfilm. Bildkompensation durch Sprache. Linguistisch-filmisch-semiotische Untersuchungen zur Leistung der Audiodeskription in Hörfilmen am Beispiel des Films „Laura, mein Engel" aus der „Tatort"-Reihe*, Erich Schmidt Verlag, Berlin 2005 – filmy; H. Stöckl, *Hörfunkwerbung – «Kino für das Ohr». Medienspezifika, Kodeverknüpfungen und Textmuster einer vernachlässigten Werbeform*, [w:] *Textdesign und Textwirkung in der massenmedialen Kommunikation*, red. K. S. Roth, J. Spitzmüller, UVK

autorów zwraca uwagę na fakt, iż obawy związane z utratą przez elementy językowe centralnego znaczenia są bezpodstawne, a wręcz należy stwierdzić, że zyskują one nowy wymiar – w połączeniu z niejęzykowymi – w odniesieniu do ich funkcji[6]. Ponadto nie do podważenia zdaje się argument, iż każda inna metoda analizy współczesnych tekstów – chociażby w mediach – nie odpowiadałaby dzisiejszej rzeczywistości komunikacyjnej oraz nie wychodziłaby naprzeciw wyzwaniom, jakie się z nią wiążą. Te postulaty i ich realizacje znajdują również odzwierciedlenie w próbach poszerzenia tradycyjnych kryteriów tekstualności o takie, jak: kodowość, medialność, materialność i usytuowanie (w jęz. niem. *Lokalität*)[7].

Jak wyjaśniają Gerd Antos i Roman Opiłowski:

> U podstaw multimodalności leży **modalność** tekstu posiadająca status wcześniejszy niż jego **medialność**. Tekst dysponuje bowiem na początku określonymi znakami semiotycznymi, które definiowane są w multimodalnej lingwistyce (tekstu) jako **modalności znaków** (Dürscheid 2011: 92) lub **systemy znaków/kody** (Stöckl 2004b: 17 i nast.)[8].

Media natomiast jako nośnik oraz czynnik odpowiedzialny za rozpowszechnianie tekstów pozwalają na odpowiednią realizację i przetwarzanie poszczególnych modalności znaków. Inne semiotyczne struktury tekstu realizowane są np. w audycji radiowej, inne w audycji telewizyjnej. Tak więc poszczególne modalności stają się medialnościami lub mediami, gdy znajdą zastosowanie w tekstach[9].

Multimodalność wyraża się zatem głównie jako semiotyczna manifestacja i interakcja modalności (znaków) w tekstach.

Verlagsgesellschaft mbH, Konstanz 2007 – audycje radiowe; M. Luginbühl, *Medienkultur und Medienlinguistik. Komparative Textsortengeschichte(n) der amerikanischen „CBS Evening News" und der Schweizer „Tagesschau"*, Peter Lang Verlag, Bern 2014 – telewizyjne serwisy informacyjne; R. Opiłowski, *Der multimodale Text aus kontrastiver Sicht. Textdesign und Sprache-Bild-Beziehung in deutschen und polnischen Pressetexten*, ATUT/Neisse Verlag, Wrocław–Dresden 2015 – teksty prasowe.

[6] Por. R. Opiłowski, *op. cit.*, s. 25.

[7] Por. U. Fix, *Nichtsprachliches als Textfaktor: Medialität, Materialität, Lokalität*, „Zeitschrift für germanistische Linguistik" 2008, 36.3; U. Fix, *Stand und Entwicklungstendenzen der Textlinguistik (1)*, „Deutsch als Fremdsprache" 1. Quartal, Heft 1, 46, Jahrgang 2009; Z. Bilut-Homplewicz, *Prinzip Perspektivierung. Germanistische und polonistische Textlinguistik – Entwicklungen, Probleme, Desiderata*, Teil I: *Germanistische Linguistik*, Peter Lang Verlag, Frankfurt am Main 2013, s. 42–49. W literaturze germanistycznej można znaleźć ponadto różne inne propozycje kryteriów tekstualności w odniesieniu do różnych ujęć tekstu, zob. m.in. B. Sandig, *Text als prototypisches Konzept*, [w:] *Prototypentheorie in der Linguistik. Anwendungsbeispiele, Methodenreflexion, Perspektiven*, red. M. Mangasser-Wahl, Stauffenburg Verlag, Tübingen 2000; B. Sandig, *Textmerkmale und Sprache – Bild – Texte*, [w:] *Bild im Text – Text und Bild*, red. U. Fix, H. Wellmann, Universitätsverlag C. Winter, Heidelberg 2000; H. Stöckl, *Die Sprache im Bild…*, *op. cit*. i R. Opiłowski, *op. cit*., w przypadku tekstów werbalno-obrazowych.

[8] G. Antos, R. Opiłowski, *op. cit.*, s. 14 [wyróżnienie – G. Antos, R. Opiłowski].

[9] Por. *Ibidem*.

W porównaniu z coraz szerzej reprezentowanymi badaniami germanistycznymi, uwzględniającymi multimodalną aranżację tekstu, trudno znaleźć analogiczne badania w literaturze polonistycznej. Coraz częściej pojawiają się jednak postulaty wyrażające ich potrzebę czy też konieczność. Jak zauważa Urszula Żydek-Bednarczuk:

> Komunikatu medialnego osadzonego w dowolnym medium nie opisze w pełni nawet najdokładniejszy opis właściwości językowych. Natura takiego komunikatu jest polimodalna, a to nakłada na badacza obowiązek zastosowania strategii asekuracyjnej, która wskazuje ograniczenia warunkowane tożsamością dyscypliny i – w dalszym porządku – jej instrumentarium badawczym. Warto pamiętać, że niektóre metody lingwistyczne już w momencie definiowania języka deklarują wielokodowość i wielokanałowość komunikacji z udziałem kodu werbalnego. Opisując współczesne media, należy wskazać na pewne zależności i wynikające z nich konsekwencje dla badań naukowych[10].

Również Bogusław Skowronek we wprowadzeniu do nowej subdyscypliny lingwistycznej – mediolingwistyki – opowiada się za uwzględnieniem w badaniach innych kodów niż werbalny[11]:

> Mediolingwista musi łączyć w swych analizach prymarną dla niego warstwę werbalną komunikatu z szeroko ujmowanym kulturowym, społecznym i rzecz jasna medialnym kontekstem. W badaniach należy rozpoznać oraz uwzględnić „światopogląd" danego medium, jego charakter, wzorcowy dlań styl komunikacyjny i poznawczy. Narracja medialna jest zawsze polisemiczna i multimodalna. Nie trzeba przypominać, iż systemy semiotyczne danego medium, każda z jego warstw przekazu (różne semiosfery: ruchomy obraz, dźwięk, język mówiony i/lub pisany) wchodzą z sobą w wieloaspektowe interakcje, a zespolone w płaszczyźnie znaczeń, tworzą semantyczną

[10] U. Żydek-Bednarczuk, *Dyskurs medialny*, [w:] *Style współczesnej polszczyzny. Przewodnik po stylistyce polskiej*, red. E. Malinowska, J. Nocoń, U. Żydek-Bednarczuk, Universitas, Kraków 2013, s. 187.

[11] W porównaniu z postulatami formułowanymi dla wyodrębniającej się z lingwistyki subdyscypliny, określanej mianem *mediolingwistyki*, w krajach niemieckojęzycznych, gdzie główny nacisk położony jest na równorzędne traktowanie występujących w danym tekście systemów znaków semiotycznych i ich powiązania (zob. m.in. A. Wittwen, *Infotainment. Fernsehnachrichten zwischen Information und Unterhaltung*, Peter Lang Verlag, Bern 1995; E. M. Eckkrammer, G. Held [red.], *Textsemiotik. Studien zu multimodalen Texten*, Peter Lang Verlag, Frankfurt am Main 2006; H. Stöckl, *Die Sprache im Bild…*, *op. cit*.; idem, *Typografie: Gewand und Körper des Textes – Linguistische Überlegungen zu typographischer Gestaltung*, „Zeitschrift für Angewandte Linguistik", Heft 41/2004/3–4, 2004; idem, *Hörfunkwerbung – «Kino für das Ohr»…*, *op. cit*.; idem [red.], *Mediale Transkodierungen. Metamorphosen zwischen Sprache, Bild und Ton,* Universitätsverlag Winter, Heidelberg 2010; U. Fix [red.], *Hörfilm. Bildkompensation durch Sprache…*, *op. cit*.; G. Schneider, H. Stöckl [red.], *Medientheorien und Multimodalität. Ein TV-Werbespot – Sieben methodische Beschreibungsansätze,* Herbert von Halem Verlag, Köln 2011; R. Opiłowski, *op. cit*.), koncentruje się Skowronek w jedynej polonistycznej publikacji tego rodzaju głównie na wzajemnym funkcjonowaniu i oddziaływaniu mediów oraz języka (medialnym jego użyciu) (por. B. Skowronek, *Mediolingwistyka. Wprowadzenie*, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Pedagogicznego, Kraków 2013, s. 18–19).

całość – przy tym z reguły nową jakość. Symbioza strumieni informacji płynących do użytkownika, ich wzajemne oddziaływanie i przenikanie, sprawiają, że poszczególnych warstw nie można analizować oddzielnie. Języka motywowanego czynnikami medialnymi nie wolno więc badać jako preparatu wyizolowanego z przekazu medialnego, którego jest częścią[12].

Te same sugestie dotyczą badań stylistycznych, które również muszą wypracować odpowiednie narzędzia analizy tekstów dopasowane do dzisiejszych realiów. Stanisław Gajda pisze:

W analizach komunikacji nowo medialnej […] – niewątpliwie można wykorzystać dotychczasowe kategorie teorii komunikacji, analizy dyskursu i stylistyki oraz innych subdyscyplin językoznawczych, ale istnieje też chyba potrzeba modyfikacji kategorii starych oraz wprowadzenie nowych. Potrzebna wydaje się nowa teoria semiozy, która potrafiłaby uporać się z konwergencją techniczną i kulturową, a także z integracją różnych sposobów reprezentacji (werbalnej i niewerbalnej) na etapie produkcji i recepcji[13].

Podobnie Bożena Witosz:

Dziś integralny charakter ma przedmiot oglądu stylistyki – tekst wielokodowy i wielomedialny, łączący grafię, obraz, dźwięk, film. Tekst jako przedmiot badań językoznawców przekształcił się w integralny tekst kultury, co dokonało się w dużym stopniu niezależnie od stanu wewnątrzdyscyplinowej świadomości metodologicznej. Obecnie przedmiot badawczy – co należy zdecydowanie wyartykułować – sam wymusza na stylistyce nie tylko modyfikację optyki badawczej, ale i przebudowę, w pewnych rejonach przynajmniej, podstaw teoretycznych paradygmatu i jego kategorii[14].

Mimo powyższych postulatów brak jest jednak nadal polonistycznych opracowań empirycznych, w których równorzędnie byłyby traktowane występujące w danym tekście systemy znaków. Autorzy licznych prac i artykułów przejawiają niezmiennie skłonność do preferowania opisu kodu werbalnego i wskazują zaledwie w niewielkim stopniu na inne kody występujące w jego otoczeniu[15]. Wyjątek stanowi tutaj artykuł Konrada Chmieleckiego, który podejmuje się opisu tekstu

[12] B. Skowronek, *op. cit*., s. 95–96.

[13] S. Gajda, *Nowe media w perspektywie lingwistycznej*, [w:] *Styl – Dyskurs – Media*, red. B. Bogołębska, M. Worsowicz, Wydawnictwo UŁ, Łódź 2010, s. 30.

[14] B. Witosz, *O potrzebie perspektywy multimedialnej w badaniach stylistycznych*, [w:]: *Język w mediach. Antologia*, red. M. Kita, I. Loewe, Wydawnictwo UŚ, Katowice 2012, s. 53.

[15] Por. tomy zbiorowe M. Filiciak, G. Ptaszek (red.), *Komunikowanie (się) w mediach elektronicznych. Język, edukacja, semiotyka*, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2009; D. Ulicka (red.), *Tekst (w) sieci*, t. 1: *Tekst, język, gatunki*, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2009 oraz m.in. prace takich autorów, jak A. Zwiefka-Chwałek, *Słowo elektroniczne. Strategie werbalne w epoce nowych mediów*, [w:] *Translokacje i transpozycje w mediach*, red. A. Woźny, Oficyna Wydawnicza Arboretum, Wrocław 2003; J. Grzenia, *Komunikacja językowa w Internecie*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2006; I. Loewe, *Internet i jego zasoby w polskich badaniach lingwistycznych*, „Biuletyn Polskiego Towarzystwa Językoznawczego" 2006, nr 62.

werbalnego w połączeniu z obrazem, osadzając go w tzw. *zwrocie obrazowym* (*the pictorial turn*)[16]. Autor podkreśla, że:

> […] komunikowanie za pomocą obrazu albo posługiwanie się jego „językiem" staje się równouprawnione z komunikowaniem tekstowym, którego rola i funkcja zostaje zastąpiona przez kodowanie wizualne. Przejawem zwrotu obrazowego jest również to, że komunikowanie wizualne urasta do rangi samodzielnego systemu semiotycznego, a obraz pełni rolę analogiczną do języka […][17].

Reasumując, można zatem stwierdzić, że każde badanie tekstu z uwzględnieniem (multi)modalności i (multi)medialności jest analitycznie bardziej transparentne i przede wszystkim – uzasadnione, co spróbuję również wykazać na przykładach w części analitycznej niniejszego artykułu[18].

Design tekstu na przykładzie informacji telewizyjnych

Telewizja jest medium audiowizualnym łączącym w procesie nadawczym kanał audialny (dźwięk: język mówiony, odgłosy, muzykę) oraz kanał wizualny (obraz statyczny i ruchomy, język pisany). Jak podkreśla Iwona Loewe:

> Mimo bogactwa i skomplikowania siatki semiotycznej widowisko telewizyjne uznaje się za tekst. Współdziałanie kodów jest tu istotne, ze względu na ich udział wydziela się teksty telewizyjne z dominującym kodem werbalnym wspartym kodem ikonicznym, z dominującym kodem ikonicznym przy wsparciu werbalnego i wreszcie z percepcyjną równoległością kodów: werbalnego i ikonicznego[19].

Takie pojęcie tekstu reprezentuję również w niniejszym artykule. *Design tekstu* definiuję natomiast na podstawie literatury niemieckojęzycznej jako powiązanie treści i formy tekstu z uwzględnieniem jego funkcji społecznej[20]. Podobnie ujmują go Gunther Kress i Theo van Leeuwen, definiując tekst jako „conceptual side of the expression"[21]. Hartmut Stöckl wyjaśnia, iż formowanie tekstu odbywa się na różnych poziomach. Począwszy od takich jego elementów, jak leksyka,

[16] K. Chmielecki, *Tekst w sieci obrazów. Internet jako medium zapośredniczonej komunikacji wizualnej*, [w:] *Komunikowanie (się) w mediach elektronicznych. Język, edukacja, semiotyka*, red. M. Filiciak, G. Ptaszek, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2009.

[17] *Ibidem*, s. 300.

[18] Zob. również prace polskich germanistów, m.in.: Z. Bilut-Homplewicz, *op. cit.*; M. Lisiecka-Czop, *Kinderwörterbücher. Lexikografische und glottodidaktische Eigenschaften am Beispiel deutsch-polnischer und polnisch-deutscher Wörterbücher*, Peter Lang Verlag, Frankfurt am Main 2013; E. Żebrowska, *Text – Bild – Hypertext*, Peter Lang Verlag, Frankfurt am Main 2013; R. Opiłowski, *op. cit*.

[19] I. Loewe, *Dyskurs telewizyjny*, [w:] *Style współczesnej polszczyzny. Przewodnik po stylistyce polskiej*, red. E. Malinowska, J. Nocoń, U. Żydek-Bednarczuk, Universitas, Kraków 2013, s. 295.

[20] Por. H. Stöckl, *Die Sprache im Bild…*, *op. cit*., s. 6.

[21] G. Kress, T. van Leeuwen, *op. cit*., s. 5.

składnia, struktury działania językowego, poprzez gatunki tekstu, aż po rytm, intonację, typografię, inscenizację obrazów, wybór odgłosów i muzyki oraz inne. *Design tekstu* odnosi się zatem do wszelkich działań mających na celu staranny dobór poszczególnych modalności i submodalności w celu ich odpowiedniego połączenia w odniesieniu do formy i znaczenia[22]. Multimodalna analiza ma zatem za zadanie identyfikację systemów znaków w danym tekście, stwierdzenie, za pomocą jakich submodalności są one realizowane oraz uchwycenie ich wzajemnego oddziaływania. Celem tych działań jest rozpoznanie ich zamierzonego znaczenia[23].

Design tekstu audycji telewizyjnej obejmuje zatem między innymi następujące elementy, które uwzględniam w analizowanych przykładach (zob. przykłady 1–11):[24]

Tab. 1. Elementy analizy tekstu multimodalnego na przykładzie telewizyjnego serwisu informacyjnego

Czas	Dźwięk		Obraz		
	język mówiony	odgłosy/ muzyka	treść obrazu (miejsce, postaci, rzeczy, akcja)	sposób realizacji zdjęć, ruch kamery	rodzaj planu filmowego

Podział na modalności i submodalności przejmuję z literatury germanistycznej na podstawie Hartmuta Stöckla[25] i Romana Opiłowskiego[26] z odpowiednimi modyfikacjami w odniesieniu do tekstu audiowizualnego w telewizji. Do *centralnych modalności* zaliczam: język, obraz, odgłosy i muzykę. Pod pojęciem *medialności* rozumiem ich realizacje w zależności od medium, czyli język mówiony i pisany (pismo statyczne i animacje), obraz statyczny i ruchomy, odgłosy i muzykę (odtwarzaną i zapisaną). W ramach *submodalności* uwzględniam:

1. Kanał wizualny:

– obraz (statyczny i ruchomy): topografia (ułożenie określonych elementów obrazowych i pisemnych), treść obrazu i jego kompozycja, kolor, sposób realizacji zdjęć/oświetlenie, rodzaje planów filmowych, ujęcia i ruchy kamery, różne przejścia montażowe; mimika, gestykulacja, postawa prezentera i innych osób etc.;

[22] Por. H. Stöckl, *Hörfunkwerbung – «Kino für das Ohr»…*, *op. cit*., s. 184.

[23] Por. M. Lüginbühl, *Textdesign in Fernsehnachrichten…*, *op. cit*., s. 204–205.

[24] Por. N. Borstnar, E. Pabst, H. J. Wulff, *Einführung in die Film- und Fernsehwissenschaft*, UVK Verlagsgesellschaft mbH, Konstanz 2002; H. Korte, *Einführung in die systematische Filmanalyse. Ein Arbeitsbuch*, 4, neu bearbeitete und erweiterte Auflage, Erich Schmidt Verlag, Berlin 2010.

[25] Por. H. Stöckl, *Typografie: Gewand und Körper des Textes…*, *op. cit*., s. 17–18.

[26] Por. R. Opiłowski, *op. cit.*, s. 62.

– język pisany: typografia (rodzaje czcionki i jej wielkość, wyróżnienia graficzne, efekty specjalne w przypadku animacji oraz określony podział i lokalizacja w architektonice tekstu etc.).

2. Kanał audialny/akustyczny:

– język mówiony: elementy werbalne (temat, działanie językowe, leksyka, morfologia, składnia etc.) i parawerbalne (natężenie dźwięku, intonacja, pauzy, rytm, modulowanie głosu etc.);

– odgłosy: intensywność, głośność, jakość etc.;

– muzyka: odtwarzana (melodia, rytm, tempo, *genre* etc.) i zapisana (por. powyżej typografia).

Wiadomość telewizyjnego serwisu informacyjnego może zatem być różnorodnie zrealizowana: wygłoszona/przeczytana przez prezentera, zwizualizowana za pomocą obrazu w formie zdjęć, animacji komputerowych, uzupełniona wyświetlonymi nagłówkami, tytułami, podtytułami, przedstawiona za pomocą filmu w formie reportażu z miejsca zdarzenia czy też wywiadu z bezpośrednimi świadkami, ekspertami, którym mogą towarzyszyć w tle oryginalne odgłosy oraz zharmonizowana z całością muzyka etc. Ponadto, ponieważ tekst werbalny realizowany jest w formie języka mówionego[27], płaszczyzny takie jak treść tekstu, leksyka, rozwinięcie tematu etc. zostają uzupełnione o dodatkowe środki semiotyczne – jak operowanie głosem i kształtowanie wypowiedzi (podobnie jak w realizacji pisemnej języka dochodzi do tego typografia). Również w filmie można wyróżnić kilka poziomów analizy, które wpływają na tworzenie znaczenia. Należy tutaj wspomnieć chociażby o takich kryteriach, jak rodzaje planów filmowych, ujęcia i ruchy kamery, treść obrazu i jego kompozycja, różne przejścia montażowe etc.[28].

Reasumując, można stwierdzić, że *design tekstu* jest znakiem rozpoznawczym określonych rodzajów tekstów w danym medium lub w konkretnej stacji telwizyjnej, radiowej czy też w prasie.

Analiza: Multimodalne tworzenie znaczenia na przykładzie telewizyjnych serwisów informacyjnych

Na przykładach z przeanalizowanego materiału chciałabym pokazać ścisłe powiązania istniejące pomiędzy występującymi w tekście telewizyjnym systemami znaków, z których wynika całościowe znaczenie tekstu. Nieuwzględnienie ich w analizie nie pozwala na oddanie pełnego, a jednocześnie właściwego przekazu

[27] Mimo że jest to tzw. wtórna oralność; por. W. J. Ong, *Oralność i piśmienność. Słowo poddane technologii*, tłum. J. Japola, Wydawnictwo KUL, Lublin 1992, s. 182.

[28] Por. N. Borstnar, E. Pabst, H. J. Wulff, *op. cit.*; H. Korte, *op. cit.*

danego komunikatu, który może być zaaranżowany w różnoraki sposób i w związku z tym może generować różne sensy zgodnie z preferowanym przez nadawcę znaczeniem. Tę kwestię postaram się ukazać, porównując wiadomość na ten sam temat w dwóch serwisach informacyjnych różnych stacji telewizyjnych.

Analizowany materiał dotyczy zamachów terrorystycznych na lotnisku i w metrze w Brukseli 22 marca 2016 roku. Serwisy informacyjne podały wiadomość na ten temat tego samego dnia. Analizie zostało poddane główne wydanie „Faktów" o godz. 19.00 w TVN i „Wiadomości" o godz. 19.30 w TVP 1.

Informacja dotycząca zamachów rozpoczyna się w „Wiadomościach" TVP 1 od sekwencji zdjęć i filmu, przedstawiających sytuację po zamachach. Obrazowi towarzyszy muzyka przypominająca żałobny utwór instrumentalny. Ta trwająca ponad pół minuty sekwencja przedstawia wydarzenia w skrócie i wprowadza widza w odpowiedni nastrój; mimo że nie występują w niej elementy werbalne, konotuje określone skojarzenia. Jest ona zatem nierozerwalnym elementem multimodalnego tekstu telewizyjnego (przykład 1).

Przykład 1.[29] „Wiadomości" TVP 1, 22.03.2016[30]

0.21–0.56	–	żałobna melodia/muzyka instrumentalna; w tle krzyki osób, syreny, inne odgłosy	zdjęcia i film obrazujące zamachy w Brukseli i sytuację po nich; po prawej stronie ekranu na górze logo audycji [TVP 1 HD] (fot. 1, 2)	poziomy ruch kamery, oświetlenie standardowe	ogólny, bliski, detal



Fot. 1



Fot. 2

Również przykład 2 ukazuje ścisłe powiązanie pomiędzy modalnościami i submodalnościami tekstu telewizyjnego. Słowo mówione prezentera może zostać dokładniej scharakteryzowane – a jednocześnie być właściwie odebrane zgodnie

[29] Poszczególne kolumny w przykładach odpowiadają danym określonym w tabeli 1.

[30] Przykłady 1–5 są dostępne pod adresem: http://wiadomosci.tvp.pl/24256363/22032016--1930 [dostęp: 22.03.2016].

z jego intencją – tylko przy uwzględnieniu takich submodalności, jak chciażby intonacja czy też mimika, wyrażających w analizowanym przykładzie emocje, przeżycia, nastroje prezentera. Ponadto wyświetlony tytuł w formie pisemnej na pasku w dole ekranu wzmacnia komunikat i służy zarazem tworzeniu koherencji pomiędzy tekstem mówionym a obrazem. Do tego dochodzi fakt, że podkreśla on określone aspekty tematyczne wydarzenia i równocześnie narzuca widzowi jego interpretację (przykład 2).

Przykład 2. „Wiadomości" TVP 1, 22.03.2016

2.46–3.02	[Prezenter-on] Ten czarny dzień[31] dla Belgii zaczął się kilka minut po godzinie ósmej, kiedy doszło do eksplozji na lotnisku Zaventem. Godzinę później ma miejsce wybuch na ruchliwej stacji Maelbeek, gdzie swoje siedziby ma wiele unijnych instytucji. Jak doszło do tych ataków i co działo się po nich minuta po minucie, przypomni Jarosław Olechowski	–	w studiu na planie pierwszym po lewej prezenter za stołem, przed nim kartki papieru, obok inne kartki; na planie dalszym ekran z wieżą zegarową Zamku Królewskiego w Warszawie wieczorem; prezenter mówi i jednocześnie wyraża mimiką uczucia związane z prezentowanym materiałem dotyczącym zamachów w Brukseli; na pasku w dole ekranu tytuł: *Tragiczny poranek w Brukseli*; poniżej Oglądaj na: wiadomości.tvp.pl; po prawej stronie ekranu na górze logo audycji [TVP 1 HD]	poziomy ruch kamery, oświetlenie standardowe	bliski

W kolejnym przykładzie – dość nietypowej sekwencji, jeśli chodzi o serwisy informacyjne – poszczególne modalności i submodalności są także ściśle ze sobą powiązane i tworzą w ten sposób nakreślony przez nadawcę komunikat. Film/początek reportażu o wydarzeniu prezentowany jest z orginalnym dźwiękiem (krzyk ofiar, inne odgłosy) i uzupełniony o tłumaczenie tekstu w formie napisów na ekranie. Taka forma inscenizacji treści stwarza okazję, by widz przyjrzał się z bliska ofiarom zamachu i ma na celu odwołanie się do jego wrażliwości, a konkretnie jeszcze większe udramatyzowanie całej sytuacji. Sprzyja temu również forma realizacji płaszczyzny obrazu. W sekwencji pojawiają się poruszone zdjęcia sprawiające wrażenie lub świadczące o tym, że osoba, która relacjonuje, znajduje się w centrum wydarzeń[32]. Związana jest z tym również większa wiary-

[31] Podkreślenia oznaczają mocniejsze zaakcentowanie danego fragmentu.

[32] Jako rodzaj efektu informacji społecznej lub oddolnej.

godność prezentowanego materiału. Ponadto komentarz reportera pojawiający się pod koniec sekwencji (zamykający jak gdyby klamrą dotychczasową relację) scala poszczególne modalności użyte w relacji w całość: *Szok, przerażenie i łzy, tak wyglądały pierwsze minuty po zamachu terrorystycznym na lotnisku w Brukseli*[33].

Analiza samej tylko warstwy werbalnej w przypadku takich sekwencji audycji telewizyjnych przekazuje komunikat fragmentaryczny, niekompletny, a wręcz w niektórych sytuacjach przekłamany (przykład 3).

Przykład 3. „Wiadomości" TVP 1, 22.03.2016

3.03–3.20	Napisy do pokazywanego filmu: *Czy to był terrorysta? Poszukajmy bezpiecznego miejsca… Nie, nie, nie… Gdzie do cholery są żołnierze?* [Reporter-off] Szok, przerażenie i łzy, tak wyglądały pierwsze minuty po zamachu terrorystycznym na lotnisku w Brukseli	w tle odgłosy, krzyk ludzi	film: sytuacja po zamachach w budynku hali odlotów lotniska, między innymi porozrzucane bagaże, wózki dziecięce, na posadzce leżący ludzie, zgliszcza, unoszący się kurz, dym (szwenkowanie – „poruszone" zdjęcia); na dole ekranu pasek: Jarosław Olechowski, Jakub Wojtanowski; na górze po prawej stronie Pictures RTL Belgium; po prawej stronie ekranu na górze logo audycji [TVP 1 HD] (fot. 3, 4)	poziomy ruch kamery, oświetlenie standardowe oraz low key, szwenkowanie	ogólny, bliski, detal



Fot. 3



Fot. 4

O zasadności powyższych stwierdzeń świadczą ponadto następne przykłady. W aranżację komunikatu zaangażowane są w przykładzie 4 wszystkie cztery centralne modalności: język (mówiony), obraz (film), odgłosy i muzyka. Tylko uwzględnienie ich wszystkich w analizie pozwala na całościowe oddanie intencji

[33] http://wiadomosci.tvp.pl/24256363/22032016--1930 [dostęp: 22.03.2016].

tekstu. W przykładzie 5 słowo mówione w ogóle się nie pojawia, realizowany jest mimo to określony przekaz informacji (przykłady 4 i 5).

Przykład 4. „Wiadomości" TVP 1, 22.03.2016

3.29–3.41	[Reporter-off] Zaventem, główny port lotniczy w Belgii. Obsługuje ponad dwieście linii lotniczych. O ósmej rano wypełniony był ludźmi, wśród nich Polacy	w tle odgłosy, krzyk ludzi, rytmiczna muzyka	film: sytuacja po zamachach w budynku hali odlotów lotniska, między innymi ranni ludzie, zgliszcza, (szwenkowanie – „poruszone" zdjęcia); na górze po prawej stronie Pictures RTL Belgium; po prawej stronie ekranu na górze logo audycji [TVP 1 HD] (fot. 5, 6)	poziomy ruch kamery, oświetlenie standardowe oraz *low key*, szwenkowanie	ogólny, bliski



Fot. 5



Fot. 6

Przykład 5. „Wiadomości" TVP 1, 22.03.2016

3.58–4.03	–	w tle rytmiczna muzyka	zdjęcia ofiar zamachów; po prawej stronie ekranu na górze logo audycji [TVP 1 HD] (fot. 7, 8)	poziomy ruch kamery, zoom, oświetlenie standardowe	ogólny, bliski



Fot. 7



Fot. 8

Cała wiadomość w serwisie informacyjnym TVP 1, dotycząca zamachów w Brukseli 22 marca 2016 roku, trwa 6 min 14 s i składa się z 32 sekwencji. Jak już wspomniano, do jej realizacji zostały zaangażowane wszystkie centralne modalności oraz wiele submodalności, które w sumie tworzą jej całościowe znaczenie. Podział tekstu na liczne krótkie sekwencje oraz uwzględnienie wszystkich modalności (łącznie z muzyką, co nie jest typowe dla tego gatunku tekstu nawet w telewizji) sprawia, iż celem nadawcy jest przekazanie określonego komunikatu – w powyższym przykładzie odwołanie się do wrażliwości (ukazanie jak dramatyczna była/jest sytuacja), a w konsekwencji emocjonalne zaangażowanie widza, a tym samym „przywiązanie" go do określonej audycji telewizyjnej.

Podobnie przedstawia się sytuacja w tekście wiadomości na ten sam temat w głównym serwisie informacyjnym stacji komercyjnej TVN. Cała wiadomość w „Faktach" dotycząca zamachów w Brukseli 22 marca 2016 roku trwa 6 min 48 s i składa się aż z 46 sekwencji. Również tutaj w każdej sekwencji mamy połączenie co najmniej dwóch modalności lub/i ich submodalności. W poniższym przykładzie są to język (mówiony i pisany), odgłosy i obraz (przykład 6). W odróżnieniu od „Wiadomości" TVP 1 w „Faktach" TVN nie znalazła zastosowania muzyka.

Przykład 6. „Fakty" TVN, 22.03.2016[34]

1.31–1.44	[Reporter-off] Krzyczeli po arabsku, strzelali do pasażerów terminalu i zdetonowali dwa ładunki wybuchowe. Jeden z zamachowców bombę miał przyczepioną do ciała	w tle krzyk ludzi, inne odgłosy	film: szwenkowanie – „poruszone" zdjęcia z lotniska po zamachach, między innymi porozrzucane bagaże, wózki dziecięce, na posadzce leżący ludzie, zgliszcza, unoszący się kurz, dym; na dole ekranu pasek: Fakty Bruksela przygotował Maciej Woroch; po prawej na górze Pictures RTL Belgium; po prawej na dole REUTERS; po prawej na górze logo audycji [TVN HD]	poziomy ruch kamery, oświetlenie standardowe	ogólny, bliski

Analogicznie jak w „Wiadomościach", także w „Faktach" język mówiony nawiązuje do obrazu. Obie modalności uzupełnia jeszcze trzecia: prawdziwe

[34] Przykłady 6–11 są dostępne pod adresem: http://fakty.tvn24.pl/ogladaj-online,60/fakty-22--03--2016,629518.html [dostęp: 22.03.2016].

odgłosy sytuacji, nadające przekazowi autentyczności (w tej samej funkcji pojawia się obraz). Taką rolę – dodatkowo odwołując się do emocji widza – spełnia uwzględnienie w relacji filmów nakręconych telefonami komórkowymi przez poszkodowane osoby, na co zwraca uwagę reporter (przykłady 7 i 8).

Przykład 7. „Fakty" TVN, 22.03.2016

1.45–1.50	[Reporter-off] Tak wyglądały pierwsze sekundy po zamachu na lotnisku w Brukseli	w tle głośne odgłosy ludzi idących po zgliszczach	film: zgliszcza, części zniszczonego budynku, dym, kurz, ludzie pomagający innym; po prawej an górze Pictures RTL Belgium; po prawej na dole REUTERS; po prawej na górze logo audycji [TVN HD] (fot. 9)	poziomy ruch kamery, oświetlenie standardowe, *low key*	ogólny, bliski

Przykład 8. „Fakty" TVN, 22.03.2016

2.03–2.09	[Reporter-off] Jak potężne były eksplozje widać na filmach nagranych przez pasażerów telefonami komórkowymi	w tle krzyk ludzi, inne odgłosy	film: lotnisko bezpośrednio po zamachach; po prawej na dole AP; po prawej na górze logo audycji [TVN HD] (fot. 10)	poziomy ruch kamery, oświetlenie standardowe	ogólny, bliski



Fot. 9



Fot. 10

Podobnie jawi się rola wypowiadających się bezpośrednich świadków zdarzenia. Ich wypowiedzi ilustrowane są obrazami oraz oryginalnymi odgłosami, tworząc kompleksowe znaczenie przekazu (przykład 9).

Przykład 9. „Fakty" TVN, 22.03.2016

2.32–2.34	[Świadek zdarzenia-on] Przedzierałem się przez ten cały bałagan	w tle oryginalny dźwięk	Na planie pierwszym mężczyzna, w tle inni ludzie przed budynkiem lotniska; po prawej na dole REUTERS; po prawej na górze logo audycji [TVN HD]	poziomy ruch kamery, oświetlenie standardowe	bliski
2.35–2.40	Było tam mnóstwo rzeczy, dym, odłamki szkła, woda lejąca się z sufitu. Zostaliśmy ewakuowani	w tle krzyk ludzi, inne odgłosy	film: lotnisko po zamachach: zniszczona hala odlotów, dym, ludzie, chaos; po prawej na dole REUTERS; po prawej na górze Pictures Belgium i logo audycji [TVN HD]	poziomy ruch kamery, oświetlenie standardowe	ogólny, bliski

W wielu miejscach obraz (oraz jego submodalności – w przykładzie 10 sposób realizacji zdjęć określany mianem *low-key*[35]) i autentyczne odgłosy unaoczniają grozę sytuacji, sterując odpowiednio interpretacją tekstu. Również tutaj wydają się one jednak nieodzownym elementem tekstu (przykłady 10 i 11).

Przykład 10. „Fakty" TVN, 22.03.2016

3.00–3.04	[Reporter-off] Kto mógł, uciekał tunelami metra	w tle krzyk ludzi, inne odgłosy	film: tunel metra – biegnący ludzie, którzy chcą się wydostać z tunelu, jest prawie ciemno; po prawej na górze logo audycji [TVN HD] (fot. 11)	poziomy ruch kamery, *low key*	ogólny

Przykład 11. „Fakty" TVN, 22.03.2016

3.13–3.18	[Reporter-off] Dla rannych na chodniku urządzono prowizoryczny szpital	w tle krzyk ludzi, inne odgłosy, syreny	film: pogotowie ratunkowe w akcji; po prawej na dole początkowo REUTERS, później AP; po prawej na górze początkowo Document RTL Belgique i logo audycji [TVN HD] (fot. 12)	poziomy ruch kamery, oświetlenie standardowe	ogólny

[35] *Low key* to „sposób realizacji zdjęć o bardzo mrocznej tonacji z przewagą ciemnych tonów i z ledwie wydobytymi światłami. Obraz sfilmowany metodą *low key* wywołuje u widza wrażenie tajemniczości, groźnej atmosfery i dramatyzmu oglądanej sceny". M. Hendrykowski (red.), *Słownik terminów filmowych*, Ars Nova, Poznań 1994, s. 166.



Fot. 11



Fot. 12

Wiadomości obu serwisów informacyjnych dzielą się na sekwencje, w których modalności są ściśle ze sobą powiązane. Trudno jest tutaj w sposób ogólny określić relacje pomiędzy głównymi modalnościami: językiem mówionym i obrazem. Na pewno nie można zawęzić funkcji obrazu jedynie do ilustrującej, w sekwencjach, gdzie np. elementy werbalne nie pojawiają się w ogóle; pełni on przede wszystkim funkcję informującą. Ponadto jest namacalnym dowodem zdarzenia, a tym samym uwiarygodnia całość przekazu, podobnie jak oryginalne odgłosy. Zastosowanie muzyki w wiadomości serwisu informacyjnego TVP 1 potęguje z pewnością cele, które stawia sobie redakcja/dany redaktor wydania, a pojawiając się w różnych sekwencjach wiadomości, staje się jej motywem przewodnim czy wręcz klamrą spinającą całość i tworzy w ten sposób dodatkowy element koherencji pomiędzy modalnościami.

Dzięki połączeniu systemów znaków w analizowanych serwisach informacyjnych pojawia się pewna preferencja odczytywania całego komunikatu. Zarówno obrazy, jak i odgłosy oraz muzyka nie zostały z pewnością dobrane przypadkowo, ponieważ implikują one określoną interpretację w połączeniu z elementami werbalnymi. Zostały tak zaaranżowane, aby odpowiadały wybranemu przez nadawcę wzorcowi narracyjnemu. Pełną realizację tego efektu zawdzięcza dana redakcja / dany redaktor w telewizyjnym serwisie informacyjnym głównie formie prezentacji multimedialnej.

Podsumowanie

Powyższa analiza tekstu multimodalnego w postaci wiadomości telewizyjnego serwisu informacyjnego zarysowuje, jak poszczególne modalności, tworząc *design* danego tekstu, mogą być w różnoraki sposób zainscenizowane i tym samym wpływać na potencjał znaczeniowy komunikatów. Właściwe wygenerowanie znaczenia może zostać uchwycone jedynie wtedy, gdy uwzględni się połączenie poszczególnych modalności (język, obraz, odgłosy, muzyka) i ich submodalności (np.: mimika, intonacja, rodzaje planu filmowego, sposób realizacji zdjęć) oraz

ich ścisłe współdziałanie, gdyż wpływają one nawzajem na swój potencjał znaczeniowy. Jakość i sposób, którymi mierzony jest stopień oddziaływania poszczególnych modalności na konstrukcje komunikatywno-funkcjonalne w całym tekście, różnią się w zależności od samych tekstów, ich rodzaju oraz mediów, w których występują.

Ta konkluzja nabiera szczególnego znaczenia w dzisiejszym świecie, w którym kompleksowy tekst multimodalny wypiera stopniowo tekst monomodalny i tworzy podstawowy prototyp komunikacji międzyludzkiej, choć w wielu środowiskach multimodalnych język stanowi nadal wiodący system znaków.

Bibliografia

Źródła drukowane

Antos G., Opiłowski R., *W drodze do lingwistyki obrazu. Kierunki rozwoju nowej subdyscypliny lingwistycznej z perspektywy polsko-niemieckiej*, „tekst i dyskurs – text und diskurs", nr 8, red. Z. Bilut-Homplewicz, W. Czachur, Zakład Graficzny UW, Warszawa–Rzeszów 2015.

Bilut-Homplewicz Z., *Prinzip Perspektivierung. Germanistische und polonistische Textlinguistik – Entwicklungen, Probleme, Desiderata*, Teil I: *Germanistische Linguistik*, Peter Lang Verlag, Frankfurt am Main 2013.

Borstnar N., Pabst E., Wulff H. J., *Einführung in die Film- und Fernsehwissenschaft*, UVK Verlagsgesellschaft mbH, Konstanz 2002.

Chmielecki K., *Tekst w sieci obrazów. Internet jako medium zapośredniczonej komunikacji wizualnej*, [w:] *Komunikowanie (się) w mediach elektronicznych. Język, edukacja, semiotyka*, red. M. Filiciak, G. Ptaszek, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2009.

Eckkrammer E. M., Held G. (red.), *Textsemiotik. Studien zu multimodalen Texten*, Peter Lang Verlag, Frankfurt am Main 2006.

Filiciak M., Ptaszek G. (red.), *Komunikowanie (się) w mediach elektronicznych. Język, edukacja, semiotyka*, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2009.

Fix U. (red.), *Hörfilm. Bildkompensation durch Sprache. Linguistisch-filmisch-semiotische Untersuchungen zur Leistung der Audiodeskription in Hörfilmen am Beispiel des Films „Laura, mein Engel" aus der „Tatort"-Reihe*, Erich Schmidt Verlag, Berlin 2005.

Fix U., *Nichtsprachliches als Textfaktor: Medialität, Materialität, Lokalität*, „Zeitschrift für germanistische Linguistik" 2008, 36.3.

Fix U., *Stand und Entwicklungstendenzen der Textlinguistik (I)*, „Deutsch als Fremdsprache", Heft 1. 46, Jahrgang 2009.

Fix U., Adamzik K., Antos G., Klemm M. (red.), *Brauchen wir einen neuen Textbegriff? Antworten auf eine Preisfrage*, Peter Lang Verlag, Frankfurt am Main 2002.

Gajda S., *Nowe media w perspektywie lingwistycznej*, [w:] *Styl – Dyskurs – Media*, red. B. Bogołębska, M. Worsowicz, Wydawnictwo UŁ, Łódź 2010.

Grzenia J., *Komunikacja językowa w Internecie*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2006.

Hendrykowski M. (red.), *Słownik terminów filmowych*, Ars Nova, Poznań 1994.

Korte H., *Einführung in die Systematische Filmanalyse. Ein Arbeitsbuch*, 4, neu bearbeitete und erweiterte Auflage, Erich Schmidt Verlag, Berlin 2010.

Kress G., Leeuwen T. van, *Multimodal discourse. The modes and media of contemporary communication*, Hodder Arnold Publication, London 2001.

Lisiecka-Czop M., *Kinderwörterbücher. Lexikografische und glottodidaktische Eigenschaften am Beispiel deutsch-polnischer und polnisch-deutscher Wörterbücher*, Peter Lang Verlag, Frankfurt am Main 2013.

Loewe I., *Internet i jego zasoby w polskich badaniach lingwistycznych*, „Biuletyn Polskiego Towarzystwa Językoznawczego" 2006, nr 62.

Loewe I., *Dyskurs telewizyjny*, [w:] *Style współczesnej polszczyzny. Przewodnik po stylistyce polskiej*, red. E. Malinowska, J. Nocoń, U. Żydek-Bednarczuk, Universitas, Kraków 2013.

Luginbühl M., *Medienkultur und Medienlinguistik. Komparative Textsortengeschichte(n) der amerikanischen „CBS Evening News" und der Schweizer „Tagesschau"*, Peter Lang Verlag, Bern 2014.

Luginbühl M., *Textdesign in Fernsehnachrichten. Multimodale Bedeutungskonstitution durch Sprache, Bild und Geräusch*, [w:] *Textdesign und Textwirkung in der massenmedialen Kommunikation*, red. K. S. Roth, J. Spitzmüller, UVK Verlagsgesellschaft mbH, Konstanz 2007.

Luginbühl M., Perrin D. (red.), *Muster und Variation. Medienlinguistische Perspektiven auf Textproduktion und Text*, Peter Lang Verlag, Bern 2011.

Ong W. J., *Oralność i piśmienność. Słowo poddane technologii*, tłum. J. Japola, Wydawnictwo KUL, Lublin 1992.

Opiłowski R., *Der multimodale Text aus kontrastiver Sicht. Textdesign und Sprache-Bild-Beziehung in deutschen und polnischen Pressetexten*, ATUT/Neisse Verlag, Wrocław–Dresden 2015.

Sandig B., *Text als prototypisches Konzept*, [w:] *Prototypentheorie in der Linguistik. Anwendungsbeispiele, Methodenreflexion, Perspektiven*, red. M. Mangasser-Wahl, Stauffenburg Verlag, Tübingen 2000.

Sandig B., *Textmerkmale und Sprache – Bild – Texte*, [w:] *Bild im Text – Text und Bild*, red. U. Fix, H. Wellmann, Universitätsverlag C. Winter, Heidelberg 2000.

Schneider J. G., Stöckl H. (red.), *Medientheorien und Multimodalität. Ein TV-Werbespot – Sieben methodische Beschreibungsansätze,* Herbert von Halem Verlag, Köln 2011.

Skowronek B., *Mediolingwistyka. Wprowadzenie*, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Pedagogicznego, Kraków 2013.

Stöckl H., *Die Sprache im Bild – Das Bild in der Sprache. Zur Verknüpfung von Sprache und Bild im massenmedialen Text. Konzepte – Theorien – Analysemethoden*, Walter de Gruyter, Berlin–New York 2004.

Stöckl H., *Hörfunkwerbung – «Kino für das Ohr». Medienspezifika, Kodeverknüpfungen und Textmuster einer vernachlässigten Werbeform*, [w:] *Textdesign und Textwirkung*

in der massenmedialen Kommunikation, red. K. S. Roth, J. Spitzmüller, UVK Verlagsgesellschaft mbH, Konstanz 2007.

Stöckl H., *Typografie: Gewand und Körper des Textes – Linguistische Überlegungen zu typographischer Gestaltung*, „Zeitschrift für Angewandte Linguistik", Heft 41/2004/3–4, 2004.

Stöckl H. (red.), *Mediale Transkodierungen. Metamorphosen zwischen Sprache, Bild und Ton,* Universitätsverlag Winter, Heidelberg 2010.

Ulicka D. (red.), *Tekst (w) sieci*, t. 1: *Tekst, język, gatunki*, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2009.

Witosz B., *O potrzebie perspektywy multimedialnej w badaniach stylistycznych*, [w:]: *Język w mediach. Antologia*, red. M. Kita, I. Loewe, Wydawnictwo UŚ, Katowice 2012.

Wittwen A., *Infotainment. Fernsehnachrichten zwischen Information und Unterhaltung*, Peter Lang Verlag, Bern 1995.

Zwiefka-Chwałek A., *Słowo elektroniczne. Strategie werbalne w epoce nowych mediów*, [w:] *Translokacje i transpozycje w mediach*, red. A. Woźny, Oficyna Wydawnicza Arboretum, Wrocław 2003.

Żebrowska E., *Text – Bild – Hypertext*, Peter Lang Verlag, Frankfurt am Main 2013.

Żydek-Bednarczuk U., *Dyskurs medialny*, [w:] *Style współczesnej polszczyzny. Przewodnik po stylistyce polskiej*, red. E. Malinowska, J. Nocoń, U. Żydek-Bednarczuk, Universitas, Kraków 2013.

Materiały audiowizualne

Wiadomości TVP 1, 22.03.2016 (http://wiadomosci.tvp.pl/24256363/22032016--1930) [dostęp: 22.03.2016].

Fakty TVN, 22.03.2016 (http://fakty.tvn24.pl/ogladaj-online,60/fakty-22--03--2016,629518.html) [dostęp: 22.03.2016].

Danuta Kępa-Figura
Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej

PRAGMATYCZNE ASPEKTY GATUNKU (NA PRZYKŁADZIE INFORMACJI DZIENNIKARSKIEJ)

1. Założenia i cel artykułu

W skład interdyscyplinarnych badań nad gatunkami wypowiedzi wchodzą dokonania genologii lingwistycznej. Za Marią Wojtak, współtwórczynią tego nurtu, gatunek traktuję jako wzorzec organizacji tekstu „mający różnorodne realizacje tekstowe", pamiętając, że jako stosowany w określonej sytuacji komunikacyjnej, model ten pozwala „łączyć teksty o podobnych właściwościach"[1] i musi być traktowany jako dynamiczne zjawisko kulturowe[2]. Za przydatną uważam przy tym sformułowaną przez Bożenę Witosz pragmatyczną definicję *tekstu* traktowanego jako „wyraz intencji komunikacyjnej nadawcy" („tekst jest zdeterminowanym gatunkowo i intertekstualnie całościowym, spójnym – zorganizowanym i skończonym – wyrazem intencji komunikacyjnej nadawcy"[3]). Przy czym intencja ta jest kodowana także na poziomie wzorca gatunkowego, do którego dany tekst się odwołuje[4].

Dając wyraz temu spostrzeżeniu, Wojtak obok aspektów strukturalnego, poznawczego i stylistycznego wzorca gatunkowego wyróżniła także aspekt pragmatyczny. Do aspektu czy aspektów pragmatycznych wzorca gatunkowego badaczka zaliczyła „obraz nadawcy i odbiorcy, cel komunikatu (potencjał illokucyjny)" oraz „prymarne zastosowania komunikacyjne" danego wzorca. Tym samym mogła za Todorovem zwrócić uwagę na to, że wzorce gatunkowe są nie tylko modelami

[1] M. Wojtak, *Gatunki prasowe*, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2004, s. 16.

[2] Przypomnienie spojrzenia na gatunek jako na kategorię kulturową można odnaleźć choćby w: M. Wojtak, *Genologia tekstów użytkowych*, „Postscriptum" 2004–2005, nr 2–1 (48–49), s. 156–171.

[3] B. Witosz, *Opis w prozie narracyjnej na tle innych odmian deskrypcji. Zagadnienia struktury tekstu*, Wydawnictwo UŚ, Katowice 1997, s. 52. Cytując sformułowaną przez Witosz definicję, rezygnuję z przywoływania literatury, w której akcentowany jest pragmatyczny wymiar tekstu. Odpowiednią literaturę odnaleźć można np. w cytowanej monografii Bożeny Witosz.

[4] Formułując te wstępne założenia, rezygnuję z referowania bogatej literatury dotyczącej pojęć *gatunek* i *tekst*.

tworzenia tekstów dla nadawców, lecz także modelami odbioru tekstu[5], co w konsekwencji oznacza, że gatunek jest konstruktem uwarunkowanym kulturowo. Jak ujął to Stanisław Gajda, „gatunek należy do obszaru konwencji kulturowych (obejmujących również pewne reguły językowe)" i jest on „kulturowo i historycznie ukształtowany[m] oraz ujęty[m] w społeczne konwencje […] wzor[cem] organizacji tekstu"[6].

Bazując na przywołanych konstatacjach, mówiąc o pragmatycznym aspekcie gatunku, chciałabym zwrócić uwagę na trzy kwestie. Po pierwsze, na uzależnienie od gatunkowego ukształtowania tekstu sposobu stosowania się przez nadawcę tego tekstu do zasady współpracy językowej oraz na możliwość weryfikacji przynależności tekstu do gatunku za pomocą narzędzi pragmatyki (a konkretnie sformułowanej przez Paula Grice'a zasady współpracy językowej). Po drugie, na związek sukcesu komunikacyjnego z konsekwencjami illokucji, czyli mocą sprawczą. Po trzecie, na związek mocy sprawczej z wyborem odpowiedniej narracji.

W rozważaniach dotyczących wskazanych kwestii odniosę się do jednego z gatunków dziennikarskich, tj. do informacji dziennikarskiej.

Jak zauważa Wojtak, aspekty wzorca (ich składniki), w tym aspekt pragmatyczny, „mogą funkcjonować jako sygnały gatunkowe […], czyli cechy sprzyjające wstępnej identyfikacji wzorca"[7]. Adaptując tę myśl do rozważań zawężonych do informacji dziennikarskiej, można uznać, że aspekt pragmatyczny wzorca informacji dziennikarskiej jest sygnałem gatunkowym wzorca, tj. jest cechą sprzyjającą wstępnej identyfikacji wzorca informacji. Za Wojtak chciałabym przy tym nadmienić, że wzorzec gatunkowy informacji dziennikarskiej nie jest jednorodny[8]. Jak pokazała lubelska badaczka, o normatywności wzorca (czyli zgodności z zaleceniami zawartymi w podręcznikach) można mówić w odniesieniu do kanonicznej wersji wzorca gatunkowego informacji. Natomiast wzorce alternacyjne i adaptacje wzorca kanonicznego informacji należy traktować jako wzorce uzualne. Biorąc to pod uwagę, zastanowię się także nad wpływem pragmatycznych uwarunkowań informacji dziennikarskiej na zasadność klasyfikacji tekstu jako przykładu tego gatunku.

---

[5] Por. M. Wojtak, *Gatunki prasowe*, *op. cit.*, s. 17.

[6] Oba cytaty: S. Gajda, *Gatunkowe wzorce wypowiedzi*, [w:] *Encyklopedia kultury polskiej XX wieku*, t. 2: *Współczesny język polski*, red. J. Bartmiński, Wiedza o Kulturze, Wrocław 1993, s. 245.

[7] M. Wojtak, *Gatunki prasowe*, *op. cit.*, s. 17.

[8] Por. *ibidem*, s. 79.

2. Gatunkowe ukształtowanie wypowiedzi a sposób realizacji Grice'owskiej zasady współpracy językowej

Pisząc o możliwościach weryfikacji przynależności tekstu do gatunku za pomocą narzędzi pragmatyki, przypomnę, że gatunek jest zjawiskiem kulturowym. Oznacza to, że tekst traktowany jako przykład danego gatunku powinien dążyć do zmieszczenia się w ramach wyznaczonych przez określoną konwencję kulturową (w tym językową). Wzorzec gatunkowy, będąc modelem tworzenia tekstu, jest też modelem jego odbioru (współcześnie powiedzielibyśmy modelem współtworzenia przez tzw. odbiorcę)[9], modelem uwarunkowanym kulturowo.

Bazując na tym przekonaniu – jak pokazałam we wcześniejszych pracach – narzędziem weryfikacji przynależności do danej kategorii gatunkowej czy bycia dobrym przykładem tej kategorii jest Grice'owska zasada współpracy językowej. W formie drukowanej[10] operacyjność tego sposobu weryfikacji realizacji wzorca wykazałam właśnie na przykładzie informacji dziennikarskiej oraz (w mniejszym stopniu) na przykładzie felietonu. Wykorzystałam ten sposób weryfikacji także w pracy dydaktycznej, zestawiając informację dziennikarską i komentarz. Przeprowadzane przeze mnie analizy pokazały, że realizacje poszczególnych gatunków stosują się do zasady kooperacji we właściwy im sposób. To znaczy teksty będące ukonkretnieniem danego wzorca zachowują poszczególne zalecenia tej zasady, „uzgadniając" je z wzorcem danego gatunku. Na każdy z gatunków (w tym każdy z gatunków dziennikarskich) można popatrzeć pod kątem sposobu respektowania reguł konwersacyjnych. Reguły te mają więc charakter uniwersalny.

3. Sukces komunikacyjny tekstu a konsekwencje illokucji łączonej z tekstem na mocy jego gatunkowego ukształtowania

Według Paula Grice'a:

> Każdy, komu zależy na zasadniczych celach konwersacji czy komunikacji (takich jak udzielanie i odbieranie informacji, wpływanie na innych i podleganie wpływowi innych), jest w odpowiednich okolicznościach zainteresowany w uczestniczeniu w takich wymianach słów, które są owocne

[9] Kontekstem dla tej myśli jest zaproponowane przez Johna Fiske'a myślenie o komunikowaniu jako generowaniu znaczeń (por. J. Fiske, *Wprowadzenie do badań nad komunikowaniem*, Wydawnictwo ASTRUM, Wrocław 1998.

[10] Por. np. D. Kępa-Figura, *Świat w informacji dziennikarskiej – informacja czy interpretacja. Analiza językoznawcza*, „Zeszyty Prasoznawcze" 2013, vol. 3, s. 350–363 oraz eadem, *Sukces w komunikacji medialnej a genologiczne uwarunkowania współpracy językowej*, „Język Polski" 2016, R. 96, z. 2, s. 38–50.

tylko przy założeniu, że prowadzi się je w sposób zgodny z ZK [zasadą kooperacji – D. K.-F.] i maksymami[11].

W ramach tej „owocności" mieści się skuteczność komunikacyjna czy inaczej sukces komunikacyjny tekstu respektującego sformułowaną przez Grice'a zasadę kooperacji[12]. W ramach każdego z gatunków nie tylko inaczej realizowane są poszczególne reguły konwersacyjne (o czym piszę w paragrafie 2 niniejszego artykułu), lecz także w przypadku każdego gatunku inne efekty uznawane są za sukces komunikacyjny. Biorąc pod uwagę zagadnienie sukcesu komunikacyjnego, przywołuję ostateczną propozycję Johna Austina dotyczącą sposobu rozumienia zjawiska performatywności oraz proponowane przeze mnie odczytanie tej propozycji, polegające na przypisaniu mocy sprawczej (rozumianej jako konsekwencje illokucji) wypowiedziom wszelkiego rodzaju[13].

Jak wykazywałam w artykule *Sukces w komunikacji medialnej a genologiczne uwarunkowania współpracy językowej*[14], o sukcesie nadawcy formułującego daną wypowiedź należy mówić nie tylko w momencie wywołania przez nią odpowiedniego efektu perlokucyjnego, lecz także wtedy, gdy spełniony zostanie warunek rozpoznania i akceptacji przez odbiorcę intencji komunikatywnej realizowanej za pośrednictwem danego tekstu. Zajmując się pragmatycznym aspektem gatunku, chciałabym podkreślić, że sukcesem komunikacyjnym tekstu ukształtowanego w ramach określonego gatunku jest zaakceptowanie przez odbiorcę następstw konwencjonalnie wiązanych z aspektem illokucyjnym, a dokładniej – następstw określonego typu illokucji. Innymi słowy, sukcesem komunikacyjnym jest akceptacja przez odbiorcę mocy sprawczej właściwej określonemu typowi illokucji.

W przypadku informacji dziennikarskiej warunkiem skuteczności jest nie tylko uzyskanie właściwego jej efektu perlokucyjnego (uznanie tego tekstu za tekst informacyjny oraz wytworzenie w odbiorcy przekonania, że został poinformowany), lecz także – a właściwie przede wszystkim – gdy informacja dziennikarska,

[11] P. Grice, *Logika a konwersacja*, [w:] *Język w świetle nauki*, red. B. Stanosz, Czytelnik, Warszawa 1980, s. 101.

[12] Sformułowana przez Paula Grice'a zasada kooperacji – „Wnoś swój wkład do konwersacji tak, jak tego w danym jej stadium wymaga przyjęty cel czy kierunek wymiany słów, w której bierzesz udział" – została przez niego rozpisana na szczegółowe maksymy konwersacyjne: ilości („Niech twój wkład w konwersację zawiera tyle informacji, ile jej potrzeba (dla aktualnych celów wymiany)", jakości („Nie mów tego, o czym jesteś przekonany, że nie jest prawdą" i „Nie mów tego, do stwierdzenia czego nie masz dostatecznych podstaw"), odniesienia („Niech to, co mówisz, będzie relewantne"), sposobu („Wyrażaj się przejrzyście", czyli „Unikaj niejasności sformułowań", „Unikaj wieloznaczności", „Bądź zwięzły «unikaj zbędnej rozwlekłości wypowiedzi»", „Mów w sposób uporządkowany") – por. P. Grice, *op. cit.*, s. 96–98.

[13] Por. D. Kępa-Figura, *Sukces komunikacji medialnej…*, *op. cit.*

[14] *Ibidem*.

wiadomość, jako wypowiedź z przypisaną intencją informacyjną, będzie miała właściwą jej moc sprawczą. Moc sprawcza właściwa intencji informacyjnej wiąże się ze „stworzeniem" stanu przekonania odbiorcy co do pewności prawdziwości tego stwierdzenia oraz określonego stanu nastawienia do nadawcy tej wypowiedzi. Chodzi tu zatem o założenie przez odbiorcę, że nadawca ma kompetencje, by informować. Ta moc sprawcza mieści się w sferze założeń, które należy przyjąć, aby wypowiedź była skuteczna. Założenia te przyjmujemy w obrębie określonej konwencji kulturowej, podejmując w ramach tej konwencji współpracę językową.

4. Związek mocy sprawczej (czyli konsekwencji illokucji) z realizowanym schematem poznawczym

Łamanie Grice'owskich reguł współpracy językowej jest symptomem braku kompetencji nadawcy, niesprzyjających okoliczności lub sygnałem działania intencjonalnego[15]. Na przykład w przypadku informacji dziennikarskiej łamanie maksym służy: wyrażeniu przez nadawcę swojego „ja" lub nakłonieniu odbiorcy do przyjęcia określonego punktu widzenia lub nawiązaniu kontaktu z odbiorcą. Przez nawiązanie kontaktu rozumiem nie tylko najbardziej oczywisty efekt, jakim jest przyciągnięcie uwagi odbiorcy (np. „tabloidowością" formy lub treści), lecz także ustabilizowanie, wzmocnienie wspólnoty komunikacyjnej. Gdy celowe łamanie maksym odbywa się w ramach wyznaczonych wspólnymi poglądami nadawcy i planowanego odbiorcy (z uwzględnieniem wybranych przyzwyczajeń i oczekiwań odbiorcy), nie jest zauważane lub, nawet jeśli jest zauważane, nie prowadzi do zerwania kontaktu. W przypadku informacji dziennikarskiej stawiane jej normatywne lub uzualne zalecenia oraz przekonanie, że niektóre teksty te zalecenia realizują, są wyrazem przyjmowania przez członków określonej wspólnoty założenia obiektywizmu sądu (formułowanego w ramach wartości przyjmowanych przez tę wspólnotę). Konsekwencją niejednomyślności podmiotów poznających rzeczywistość jest odchodzenie od zaleceń normatywnych i stosunkowa dowolność w formułowaniu zaleceń uzualnych. W konsekwencji, mówiąc o pragmatycznym aspekcie gatunku informacja dziennikarska, należy uwzględnić jego aspekt poznawczy. Jest to zresztą zgodne ze sposobem myślenia Marii Wojtak, która wyróżniając dla celów analitycznych poszczególne aspekty wzorca gatunkowego wypowiedzi, postuluje – „nie możemy jednak zapominać o ścisłych między nimi powiązaniach"[16]. Chciałabym zatem pokazać, że z zagadnieniem intencjo-

[15] Rozwinięcie myśli zawartej w niniejszym akapicie w: D. Kępa-Figura, *Świat w informacji dziennikarskiej…*, *op. cit.*

[16] M. Wojtak, *Gatunki prasowe*, *op. cit.*, s. 17.

nalności ściśle wiąże się wybór schematu poznawczego służącego do objaśnienia rzeczywistości za pomocą tekstu ukształtowanego gatunkowo.

Mówiąc o schematach poznawczych, odwołam się do metodologii językowego obrazu świata oraz wykorzystam zapożyczone z badań psychologicznych[17] pojęcie narracji rozumianej jako jeden ze sposobów ujęcia mechanizmu poznania świata.

Obraz świata zawarty w języku tradycyjnie, widziany jako kategoria statyczna (czyli jako zbiór prawidłowości zawartych w kategorialnych związkach gramatycznych oraz w semantycznych strukturach leksyki), współcześnie traktowany jest także jako kategoria dynamiczna[18]. Rezygnując ze szczegółowego omawiania podobieństw i różnic w sposobie widzenia istoty JOS, przypomnę przyjęty przeze mnie sposób myślenia. Po pierwsze, zastany obraz świata ulega modyfikacji pod wpływem obrazów świata zawartych w tekstach. Po drugie, obserwacja tekstowych obrazów świata pozwala na wydobycie prawidłowości w powstaniu potencjalnych obrazów świata. Po trzecie, przyjmując, że JOS jest kategorią dynamiczną, proponuję, by był on rozumiany jako wypadkowa potencjalnych sposobów ujmowania rzeczywistości.

Przyjmując taki sposób rozumienia JOS, podtrzymuję propozycję spojrzenia nań jako na pewnego rodzaju narrację[19] (rozumianą oczywiście jako schemat poznawczy). Narrację tę (narrację zawartą w języku) traktuję przy tym jako pierwszy poziom narracji odbywającej się na płaszczyźnie werbalnej, wyróżniając także narrację poziomu drugiego, czyli narrację realizowaną w poszczególnych tekstach (nazwaną przeze mnie narracją snutą na kanwie języka).

Zagadnienie narracji interesuje mnie tutaj nie ze względu na poznawczy aspekt wzorca gatunkowego, lecz jego aspekt pragmatyczny – z zaznaczeniem, że w tym przypadku trudno jest te aspekty rozdzielić. Pragmatyczny wymiar narracji

[17] Psychologowie używają pojęcia *narracji* dla określenia „szczególnej formy poznawczego reprezentowania rzeczywistości" – J. Trzebiński, *Wstęp*, [w:] *Narracja jako sposób rozumienia świata*, red. J. Trzebiński, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk 2002, s. 13, „struktury porządkującej doświadczenie i rozumienie" – A. Burzyńska, *Idee narracyjności w humanistyce*, [w:] *Narracja. Teoria i praktyka*, red. B. Janusz, K. Głodowska, B. de Barbaro, Wydawnictwo UJ, Kraków 2008, s. 23.

[18] Spojrzenie na JOS jako na kategorię dynamiczną zaproponowałam w artykule *Narracja na płaszczyźnie werbalnej (na przykładzie przekazu medialnego)* – D. Kępa-Figura, *Narracja na płaszczyźnie werbalnej (na przykładzie przekazu medialnego)*, [w:] *Narracyjność języka i kultury*, t. 1: *Literatura i media*, red. D. Filar, D. Piekarczyk, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2013, s. 167–184. Dynamiczne ujęcie JOS postuluje też Ryszard Tokarski w książce *Światy za słowami*, a myśl tę rozwija w artykule *Od językowego obrazu świata do obrazów świata w języku* – R. Tokarski, *Światy za słowami. Wykłady z semantyki leksykalnej*, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2013; idem, *Od językowego obrazu świata do obrazów świata w języku*, „Język Polski" 2016, R. 96, z. 2.

[19] Propozycję tę przedstawiłam w: D. Kępa-Figura, *Narracja na płaszczyźnie werbalnej*…, *op. cit.*

wynika ze wspólnotowego charakteru tego zjawiska. W przypadku tekstowych realizacji wzorca gatunkowego uzgodnienia współtworzące wymiar pragmatyczny tych realizacji dotyczą obu poziomów narracji. Oczywiście, ponieważ narracje poziomu drugiego przyjmują postać wypowiedzi ukształtowanych gatunkowo, właśnie ten drugi poziom narracji jest szczególnie istotny w kontekście rozważań dotyczących związku między pragmatycznym i poznawczym aspektem gatunku.

W przypadku informacji zarówno narracja zawarta w języku, jak i narracja snuta na kanwie języka nie powinny być (z racji zaleceń normatywnych) przekazywane w tekście informacyjnym. Aby w perspektywie normatywnej można było mówić o tekście jako o informacji, należałoby zalecić neutralizację schematów poznawczych wykorzystywanych z racji przynależności do określonej wspólnoty językowej rozumianej jako wspólnota etniczna lub jako wspólnota ideologiczna. Jednak zastosowanie się do tego zalecenia jest, jeśli nie niemożliwe, to przynajmniej trudne. Dzieje się tak ze względu na relatywizm języka[20]. Przede wszystkim należy przypomnieć, że formułując wypowiedź w danym języku, wykorzystujemy słowa i konstrukcje gramatyczne będące jednym ze sposobów ujmowania świata, to znaczy mówimy w ramach narracji zawartej w języku. Co więcej – paradoksalnie – rezygnacja z wykorzystania narracji snutej na kanwie języka wiązałaby się ze zmniejszeniem skuteczności danego tekstu jako przykładu informacji.

5. Pragmatyczne aspekty informacji dziennikarskiej a uzualne wzorce tego gatunku

Jak pisałam, teksty będące ukonkretnieniem danego wzorca gatunkowego zachowują zasadę kooperacji (i składające się na nią reguły) na sposób właściwy temu gatunkowi. W przypadku informacji do najczęstszych przejawów celowego łamania tej zasady należą wprowadzanie do tekstu wartościowania, formułowanie sądów z ograniczonym stopniem pewności oraz mówienie o świecie z wykorzystaniem tematu pomocniczego (tj. stosowanie sformułowań metaforycznych). Generalizując, można stwierdzić, że odstępstwa tego rodzaju występują w mediach powszechnie, także w mediach jakościowych. Dość łatwo można zgodzić się z sądem, że najbardziej wyrazistym przykładem tekstów łamiących reguły współpracy w wersji obowiązującej informację dziennikarską są informacje tabloidowe oraz

[20] Zagadnieniu relatywizmu poświęcony został jeden z tomów „czerwonej serii" – *Relatywizm w języku i kulturze*, red. A. Pajdzińska, R. Tokarski, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2010, s. 217–236. W opublikowanym w tym tomie artykule *Relatywizm języka – pułapka bezczynności czy szansa aktywności poznawczej?* przedstawiłam swój sposób widzenia relatywizmu jako kategorii wielopoziomowej.

informacje uwarunkowane ideologicznie. Jednak, jak sądzę, uczestnicy komunikacji medialnej (w tym także badacze tej komunikacji) nie muszą być zgodni co do tego, czy dla identyfikacji tekstu jako informacji tabloidowej musi być spełniony warunek publikacji tego tekstu w mediach określonego rodzaju (tj. np. w mediach tabloidowych) oraz o której informacji (choćby ze względu na miejsce jej publikacji) można mówić jako o informacji uwarunkowanej ideologicznie. Co więcej, używane przeze mnie określenia *informacja tabloidowa* i *informacja ideologiczna* mogą być uznane za wyrażenia oksymoroniczne.

Wątpliwości te przekładają się na sposób patrzenia na teksty pretendujące do bycia przykładami informacji dziennikarskiej pod kątem ich skuteczności. Jeśli przyjmiemy, że sukcesem komunikacyjnym tekstu ukształtowanego w ramach określonego gatunku jest zaakceptowanie przez odbiorcę mocy sprawczej właściwej określonemu typowi illokucji, to dla informacji dziennikarskiej (ze względu na oczekiwania wiązane zarówno z kanoniczną wersją wzorca gatunkowego informacji, jak i z wzorcami uzualnymi) sukcesem będzie zaakceptowanie przez odbiorcę mocy sprawczej właściwej funkcji informacyjnej. Moc sprawczą informacji dziennikarskiej widzę – jak pisałam – w powstaniu w odbiorcy stanu pewności, że konstatacje składające się na tekst można ocenić jako prawdziwe, a nadawca tego tekstu jest wyposażony w kompetencje konieczne do informowania.

A zatem, czy można mówić o skuteczności informacji tabloidowych oraz informacji uwarunkowanych ideologicznie? Nawet jeśli dany odbiorca nie przyzna tekstowi mocy sprawczej właściwej informacji dziennikarskiej, inny moc taką mu przyzna. Tak jak nie ma zgody, co do tego, czy dana informacja ma charakter tabloidowy lub ideologiczny, tak nie ma zgody, co do tego, czy przysługuje jej określona moc sprawcza. Dzieje się tak, ponieważ – jak pisałam – moc sprawcza mieści się w sferze założeń przyjmowanych w ramach określonej konwencji kulturowej i dotyczy planu przekonań.

Spostrzeżenie to zwraca uwagę na istotność wyboru narracji wykorzystanej w ramach tekstu zapowiadanego jako informacja dziennikarska. Wybór narracji służy nie tylko (co oczywiste) nakłanianiu do przyjęcia określonego punktu widzenia. Odpowiednie dobranie narracji pozwala na przyznanie tekstowi mocy sprawczej właściwej intencji informacyjnej.

6. Konkluzja

Omówione przeze mnie zagadnienia – relacji między gatunkowym ukształtowaniem tekstu a sposobem realizowania przez ten tekst zasady współpracy językowej, związku sukcesu komunikacyjnego z konsekwencjami illokucji (tj. mocą

sprawczą) oraz związku mocy sprawczej z wyborem odpowiedniej narracji – pokazują wpływ pragmatycznego aspektu wzorca gatunkowego na zasadność klasyfikacji tekstu jako realizującego ten wzorzec.

W przypadku informacji dziennikarskiej – analiza aspektu pragmatycznego pokazuje, że tekst jest informacją, dopóki spełnia każdorazowo aktualizowane oczekiwania odbiorcy co do tego aspektu. Uwzględniając aspekt pragmatyczny gatunku, należy stwierdzić, że informacją dziennikarską może być informacja tabloidalna, jak również informacja przekazywana przez media zaangażowane ideologicznie (a wszystkie w jakimś stopniu nimi są). Teksty te traktowane są jako informacje dziennikarskie przez tego odbiorcę, który zgadza się na wpisanie go do danej wspólnoty oczekiwań.

Bibliografia

Burzyńska A., *Idee narracyjności w humanistyce*, [w:] *Narracja. Teoria i praktyka*, red. B. Janusz, K. Głodowska, B. de Barbaro, Wydawnictwo UJ, Kraków 2008.

Fiske J., *Wprowadzenie do badań nad komunikowaniem*, Wydawnictwo ASTRUM, Wrocław 1998.

Gajda S., *Gatunkowe wzorce wypowiedzi*, [w:] *Encyklopedia kultury polskiej XX wieku*, t. 2: *Współczesny język polski*, red. J. Bartmiński, Wiedza o Kulturze, Wrocław 1993.

Grice P., *Logika a konwersacja*, [w:] *Język w świetle nauki*, red. B. Stanosz, Czytelnik, Warszawa 1980.

Kępa-Figura D., *Narracja na płaszczyźnie werbalnej (na przykładzie przekazu medialnego)*, [w:] *Narracyjność języka i kultury*, t. 1: *Literatura i media*, red. D. Filar, D. Piekarczyk, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2013.

Kępa-Figura D., *Relatywizm języka – pułapka bezczynności czy szansa aktywności poznawczej?*, [w:] *Relatywizm w języku i kulturze*, red. A. Pajdzińska, R. Tokarski, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2010.

Kępa-Figura D., *Sukces w komunikacji medialnej a genologiczne uwarunkowania współpracy językowej*, „Język Polski" 2016, R. 96, z. 2.

Kępa-Figura D., *Świat w informacji dziennikarskiej – informacja czy interpretacja. Analiza językoznawcza*, „Zeszyty Prasoznawcze" 2013, vol. 3.

Tokarski R., *Od językowego obrazu świata do obrazów świata w języku*, „Język Polski" 2016, R. 96, z. 2.

Tokarski R., *Światy za słowami. Wykłady z semantyki leksykalnej*, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2013.

Trzebiński J., *Wstęp*, [w:] *Narracja jako sposób rozumienia świata*, red. J. Trzebiński, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk 2002.

Witosz B., *Opis w prozie narracyjnej na tle innych odmian deskrypcji. Zagadnienia struktury tekstu*, Wydawnictwo UŚ, Katowice 1997.

Wojtak M., *Gatunki prasowe*, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2004.

Wojtak M., *Genologia tekstów użytkowych*, „Postscriptum" 2004–2005, nr 2–1 (48–49).

Jacek Warchala
Uniwersytet Śląski

EMOCJONALIZACJA INFORMACJI

> Emocje przychodzą i odchodzą. Czujemy je w jednym momencie, a w kolejnym możemy nie czuć już zupełnie nic. […] Kiedy pojawia się emocja, ulegamy jej w ciągu tych pierwszych milisekund, oddając jej kontrolę nad tym, co robimy, mówimy i myślimy[1].

Uwaga wstępna

Wiele na to wskazuje, że społeczeństwa Europy przechodzą z epoki zbiorowej racjonalności do czasu zbiorowego wzmożenia emocjonalnego. A może jednak należałoby powiedzieć, iż dotąd pewne reguły społeczne postrzegano i opisywano raczej od strony zachowania i myślenia, a niezbyt wyraźnie zwracano uwagę na emocje i uczucia[2]. Wyrazista i silna polaryzacja społeczeństw jako wynik wzmagania się napięć o charakterze politycznym, gospodarczym lub ideologicznym, narastający kryzys i jego efekty – niepokoje społeczne, mają wyraźne oblicze emocjonalne i pokazują, że procesy społeczne nie muszą mieć charakteru racjonalnego i że postrzeganie ich w aspekcie jedynie racjonalnych zachowań i myślenia może być obdarzone błędem pominięcia czynnika emocji w ich wymiarze społecznym. To skłania do zadawania pytań o naturę emocji, o to, jak emocje są wyrażane, jak są wywoływane i jak nimi zarządzać, zarówno w skali mikro, kiedy dotyczą jednostki i jej subiektywnego przeżywania emocji, jak i w skali

[1] P. Ekman, *Emocje ujawnione*, tłum. W. Białas, Helion, Gliwice 2012, s. 37. Paul Ekman tak ujmuje najważniejsze funkcje emocji: (1) przygotowują nas do radzenia sobie z ważnymi wydarzeniami bez konieczności ich analizy szczegółowej, co stanowi rodzaj reakcji na ważne dla naszego dobrostanu wydarzenia; (2) monitorują świat i umożliwiają automatyczną ocenę sytuacji z punktu widzenia naszego dobrostanu; (3) reagują na wydarzenia wokół nas, zanim jeszcze ich ocena zajdzie w naszym umyśle (por. P. Ekman, *op. cit.*, s. 38–39).

[2] A. R. Hochschild, *Praca emocjonalna, reguły odczuwania i struktura społeczna*, [w:] *Emocje w kulturze*, red. M. Rajtar, J. Straczuk, tłum. K. Sekerdej, Wydawnictwa UW, Warszawa 2012, s. 213.

makro, gdy w grę wchodzi polityka wzbudzania emocji społecznych oraz zarządzania nimi, aby osiągać zamierzone cele polityczne. Media stymulują te procesy, a równocześnie odzwierciedlają tendencje i kierunki zmian, będąc podstawowym narzędziem komunikacji społecznej w świecie, gdzie wszystko może być komunikacją. Dostrzeżenie coraz większej roli, jaką w komunikowaniu i używaniu języka odgrywają emocje, inspiruje do zastanowienia się nad procesami nie tylko prostego transferu informacji, ale też jej kreowania i emocjonalizacji, tak, aby stała się ona podległa mechanizmom perswazji społecznej, eksponentem ideologii i narzędziem tworzenia polityki. W artykule zawarta zostanie refleksja nad coraz wyraźniej widoczną emocjonalizacją procesu informowania, refleksja nad językiem emocji i jego tekstowymi manifestacjami. Celem artykułu nie będzie jednak stworzenie lub nawet zarysowanie jakiejś zwartej typologii, ale jedynie prześledzenie praktyki mówienia/pisania emocjonalnego, czyli ujawnienie w niektórych tekstach prymarnie informacyjnych ich dymensji emocjonalnej. Jej rodzaj, mechanika i natężenie zależy od sytuacji podmiotu uczestniczącego w procesie komunikacji, czyli od jego własnego kontekstu i schematu odniesienia (ideologii, systemu preferowanych przekonań i przesądów, opcji politycznej), od zespołu okoliczności, w których znajdzie się tekst i jego odbiorca. Każdy pojedynczy tekst ma szansę ujawnienia szerszego mechanizmu działania emocji jako problemu społecznego i kulturowego, bo jak powiada Clifford Geertz, nawet drobne fakty mówią coś na temat wielkich kwestii[3].

Natura informacji

Informacja jest składnikiem procesu komunikacji na tyle ważnym, że informowanie traktowane jest jako synonim komunikowania. Walter Ong wskazuje jednak na istotną różnicę między komunikacją a informacją: komunikacja zakłada istnienie interakcji i udział w niej świadomych uczestników: nadawcy i odbiorcy, natomiast informacja jest pierwotna w tym sensie, że sięga okresu „przedludzkiego" i może dotyczyć np. informacji genetycznej, a zatem transmisji danych poza zasadą intencyjności, co jest przecież warunkiem definicyjnym komunikowania[4].

Chciałbym na wstępie wskazać na dwa, w gruncie rzeczy konkurujące ze sobą znaczenia *informacji*: **Pierwsze** to tzw. znaczenie pierwotne, gdzie informacja jest rodzajem zawartości (*content*) wypowiedzi poza jej formą, jej treścią literalną.

[3] C. Geertz, *Interpretacja kultur. Wybrane eseje*, tłum. M. M. Piechaczek, Wydawnictwo UJ, Kraków 2005, s. 39.

[4] W. Ong, *Oralność i piśmienność. Słowo poddane technologii*, tłum. J. Japola, Wydawnictwa UW, Warszawa 2009, s. 273.

W tym wypadku informację traktuje się jako termin pierwotny dla wszelkich form komunikacji, które ją inkorporują — od prostego transferu danych (np. w komunikacie o pogodzie) po komunikat prymarnie estetyczny, perswazyjny czy performatywny. **Drugie** znaczenie zbliżone jest do potocznego rozumienia i używane w komunikacji oraz teorii mediów, czyli typ lub forma wypowiedzi dziennikarskiej, obiektywne, na ile to jest możliwe, zdanie relacji z jakichś wydarzeń.

Informacja na etapie pierwszego impulsu informacyjnego nie musi być intencjonalna w tym sensie, że opatrzona już z góry „zastrzeżonym" przez nadawcę celem, ani też nadawca nie musi tu wcale zaistnieć jako ktoś fizyczny lub w ten czy inny sposób identyfikowalny. Informacja nie musi koniecznie egzystować w jakiejś werbalnej, inteligibilnej postaci, ponieważ jako impuls może zostać uaktywniona z tła informacyjnego, wiedzy, obrazu, a nawet milczenia, które zinterpretowane jako znaczące, przyjmuje dopiero postać interakcyjnie istniejącego komunikatu. Impuls informacyjny działa jak bodziec kierunkujący nasze myślenie, które ostatecznie przybierze jakąś postać fizyczną, i może to być słowo, gest, a nawet, jak się rzekło, milczenie. Kiedy nadawca poszukuje jakiegoś „wyrazu" dla informacji, często myli się i błądzi, co widać choćby w stwierdzeniu „nie to chciałem powiedzieć". Informacja tkwi zwykle w sferze propozycjonalnej, a mówiący/nadawca nadaje jej jakąś postać, „dopasowuje" do swoich intencji, jednocześnie przewiduje, nierzadko nie bez pomyłek, możliwość jej zaakceptowania przez odbiorcę (odbiorców).

> Informacja jest jak uśmiech kota z Cheshire: jest przechowywana czy reprezentowana przez przedmioty fizyczne, lecz jako abstrakcja istnieje poza tymi przedmiotami. Wszystkie przedmioty fizyczne przechowują informację w podobny sposób, w jaki prawdopodobnie wszystkie koty z Cheshire redukują się do samego uśmiechu; podobnie, gdy daną informację pozbawi się jej fizycznej reprezentacji, tym, co pozostaje, jest owa informacja[5].

Myślę, że Keith Devlin, autor tych słów, miał właśnie na myśli to najbardziej pierwotne i abstrakcyjne znaczenie informacji jako impulsu informacyjnego.

Badacze komunikacji, zwłaszcza komunikacji masowej i jej kulturowych zanurzeń, uczynili z informacji jedno z głównych pojęć, co nie przeszkadza zwykle sceptycznie odnosić się do możliwości dokładnego zdefiniowania tego pojęcia i odwoływać się do intuicyjnego, potocznego rozumienia informacji[6].

[5] K. Devlin, *Żegnaj Kartezjuszu. Rozstanie z logiką w poszukiwaniu nowej kosmologii umysłu*, tłum. B. Stanosz, Prószyński i S-ka, Warszawa 1999, s. 321; por. D. Wężowicz-Ziółkowska, *Moc narrativum. Idee biologii we współczesnym dyskursie humanistycznym*, Wydawnictwo UŚ, Katowice 2008, s. 56; por. także J. Pleszczyński, *Epistemologia komunikacji medialnej*, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2013, s. 18.

[6] Por. D. McQuail, *Teoria komunikowania masowego*, tłum. M. Bucholc, A. Szulżycka, PWN, Warszawa 2007, s. 370; J. Pleszczyński, *Etyka dziennikarska*, Difin, Warszawa 2007, s. 155;

Próba definicji czy raczej przybliżenia, co to jest informacja lub czym informacja nie jest sprowadza się, w koncepcji Waltera Lippmanna i Roberta Parka, do przedstawienia kolekcji cech przekazu informacyjnego, takich jak:

– aktualność,

– niesystematyczność kolekcji zdarzeń powiązanych informacją,

– efemeryczność wynikająca ze zdarzeń w toku,

– niezwykłość lub niespodziewaność, co wydaje się ważniejsze niż prawdziwość ich znaczenia,

– orientowanie lub zwracanie uwagi na coś,

– przewidywalność rozumiana jako coś, czego może nie znamy, ale na co w jakimś stopniu czekamy, czego się spodziewamy i chcemy o tym przeczytać na pierwszych stronach gazet[7].

Wśród cech znajdziemy także tzw. wartość informacyjną (wiadomości). Ocenia się ją ze względu na związek z faktami i wydarzeniami: informacja może być pełna, gdy wyczerpuje wiedzę (poczucie wiedzy) na temat faktów wydarzeń czy przypuszczeń co do tychże, ale może być jedynie bodźcem informacyjnym otwierającym dopiero pole znaczeń interpretowanych, na podstawie i w relacji do faktów oraz zdarzeń w rzeczywistości.

Należy jednak przyjąć, że zdarzenie (wydarzenie) nie jest jeszcze informacją, ponieważ nie ma charakteru semiotycznego, nie ma znakowej natury, dopóki nie zostanie wyłowione przez człowieka, zinterpretowane oraz nazwane i jak sugeruje Neil Postman: dopóki nie zwrócimy na nie uwagi. W moim rozumieniu procesu informowania, pomiędzy wydarzeniem a informacją pojawia się fakt, czyli wydarzenie już obarczone subiektywnym punktem widzenia, dostrzeżone i umieszczone w jakiejś (czyjejś) perspektywie. Dopiero fakt przeistacza się w informację, gdy staje się dostępny interakcyjnie, a to znaczy, że został ujęty w słowa, zinterpretowany i przekazany. W tym zestawieniu zarówno fakty[8], jak

K. Wolny-Zmorzyński, *Jaka informacja? Rzecz o percepcji fotografii dziennikarskiej*, Wydawnictwo UJ, Kraków 2010, s. 86–89.

[7] Za D. McQuail, *op. cit.*, s. 371.

[8] *Słownik języka polskiego* (red. W. Doroszewski, PWN, Warszawa 1965) podaje następującą definicję faktu: „[…] to, co zaszło lub zachodzi w rzeczywistości; zdarzenie, zjawisko, objaw, czyn; określony stan rzeczy". Ale mówiąc o faktach, wzmacniamy je: są fakty dokonane i fakty historyczne („W połowie XVII wieku zwycięstwo oligarchii jest faktem dokonanym […]); są fakty psychiczne („Zjawiska […] takie, jak przekonanie, zwątpienie, radość, smutek, pragnienie, przypomnienie marzenie, które są dostępne bezpośrednio tylko temu jednemu osobnikowi, który je przeżywa, nazywamy zjawiskami albo faktami psychicznymi"); fakty są gołe, nagie lub suche, gdy nie poddajemy ich jakiejkolwiek interpretacji czy dodatkowemu uzupełniającemu komentarzowi; są fakty niezbite: takie, które są oczywiste i niepodważalne, a zatem mogą być też fakty, które podważymy jako fakty właśnie, a zatem, czy nie przestają być w tym momencie faktami?

i informacje podlegają kreowaniu, co należy rozumieć jako przetwarzanie, ale i wytwarzanie. Kreacja to proces doboru i obróbki wydarzenia, przetwarzanie go w fakt, a następnie w informację[9]. Obiektywne jest tylko wydarzenie jako element przedkomunikacyjnej rzeczywistości; fakt to już, choćby przez sam wybór, zinterpretowane wydarzenie, które staje się podstawą informacji. Tu istnieje pole do rozważania subiektywności informacji, czego wyrazem bywa jej perswazyjność i emotywność.

Można jednak założyć słabszy warunek informacyjności: tam, gdzie proces komunikowania nastawiony jest na maksymalną (na ile to jest możliwe) zgodność z faktami i weryfikację pod względem prawdy, tam będziemy mieli do czynienia z komunikacją informacyjną; tam, gdzie proces nastawiony jest na wytworzenie interakcji i oddziaływanie na odbiorcę czy ogólnie: uczestników aktu mowy, tam mamy do czynienia z komunikacją nakłaniającą, wartościującą, subiektywną i emocjonalną. Emotywność ujawniająca się zarówno w konstrukcji, jak i w leksyce wywołuje **reakcję afektywną**, co skutkuje tym, że nie skupiamy się jedynie na informacji, czyli na płaszczyźnie propozycjonalnej wypowiedzi, ale raczej stwarzamy pozytywną lub negatywną podstawę do kształtowania się (naszych) przekonań co do danej informacji oraz wywołujemy stan zainteresowania, rozbawienia, oburzenia, zakłopotania, sprzeciwu, odrazy itd.

Zwykle jesteśmy skłonni traktować informację jako coś materialnego i jednostkowego, jako już gotowy komunikat przepływający od nadawcy do odbiorcy. Tym samym utożsamiamy informację z już konkretnie sformułowanym przekazem dziennikarskim oraz gatunkiem tekstu relacjonującym zaistniałe wydarzenia. Takie rozumienie informacji przejmujemy z całym zestawem zwrotów frazeologicznych funkcjonujących w języku potocznym i ugruntowujących jej materialny i by tak rzec „rzeczowy" charakter. Informację przekazujemy z ust do ust, gromadzimy jak dobra materialne, sprzedajemy, bronimy i zdobywamy, a także wyrzucamy na śmietnik; informacje narastają i piętrzą się jak niepotrzebne meble; informacja jest czymś w rodzaju pokarmu, ponieważ często zaspokaja odczuwany przez nas głód informacji, a czasem czujemy jej przesyt; współczesny człowiek odżywia się informacją, pochłaniając ogromne jej porcje, dlatego informacja może mieć swoją konsystencję: jest soczysta i treściwa jak potrawa mięsna – im więcej mięsa, tym bardziej „smaczna", czyli atrakcyjna i ciekawa[10].

W badaniach medioznawczych łączona jest z typem wypowiedzi dziennikarskiej, co jest kolejnym zawężeniem znaczenia tego terminu. „Informacja – jak pisze Zbigniew Bauer – to raczej funkcja tekstu publikowanego za pośrednic-

[9] W. Jabłoński, *Kreowanie informacji. Media relations*, PWN, Warszawa 2006, s. 66.

[10] W żargonie dziennikarskim: „daj mi jakieś mięso" oznacza oczekiwanie na treściwą, dobrą, ciekawą, zwykle bulwersującą informację.

twem mediów, przewidziana dlań przez autora. Te gatunki, w których stanowi ona dominantę, nazywamy właśnie informacyjnymi”[11].

Dla Marii Wojtak informacja to zarówno zbiór tekstów zróżnicowanych gatunkowo, ale spokrewnionych stylistycznie, kognitywnie i intencjonalnie, jak i podstawowa funkcja takiego tekstu – „proces powiadamiania o faktach i zdarzeniach”[12]. Pojęcie pokrewieństwa nie zostało zapewne użyte przypadkowo: o ile bowiem Wojtak rekonstruuje coś, co określa jako wzorzec kanoniczny, to wyznaczenie precyzyjne ram gatunkowych okazuje się już, co sugeruje sama autorka *Gatunków prasowych*, bardzo trudne, granice są bowiem rozmyte, a poszczególne teksty powstają jako efekt mutacji gatunkowych: „Bardzo trudno znaleźć we współczesnej prasie wypowiedzi, które byłyby realizacjami, a więc w miarę wiernym odbiciem wzorca kanonicznego”[13]. Kryterium odróżniającym jest obiektywność przekazu i jego depersonalizacja, brak odautorskiego komentarza oraz zespół cech wchodzących w skład tzw. paktu faktograficznego (autentyczność, wiarygodność, aktualność, rzetelność, jasność i precyzyjność formułowania sądów[14]), którego granice – jak sugerują też inne ujęcia[15] – wytyczone byłyby między rodzajami informacyjnymi a publicystyką.

Trzeba sobie uświadomić, że wymóg obiektywności, podkreślany jako definicyjna cecha informacji, jest dyrektywą, do której raczej się dąży niż wciela w życie, że jest to jakiś wysiłek podjęty i zamanifestowany, że unikanie minimalnej nawet oceny, własnego punktu widzenia jest trudne, o ile w ogóle możliwe. Lidia Zakrzewska tak to ujmuje:

> […] nie ma obiektywnej informacji. Sama selekcja wiadomości i źródeł, do których dotarł dziennikarz, jest subiektywna […]. Subiektywna jest konstrukcja tekstu. […] Subiektywizm informacji wyraża się również w zabiegach formalnych – wytłuszczeniach, wyborze czcionki czy wybiciach[16].

Źródeł subiektywności i oceny z subiektywnego punktu widzenia nadawcy Walery Pisarek, językoznawca i medioznawca, doszukiwał się już w samym ukształtowaniu tekstu i swoistym determinizmie składniowym. Z charakteru zastosowanej składni wyprowadzał bądź to funkcję informowania, bądź funkcję na-

[11] Z. Bauer, *Gatunki dziennikarskie*, [w:] *Dziennikarstwo i świat mediów*, red. Z. Bauer, E. Chudziński, Universitas, Kraków 2000, s. 150.

[12] M. Wojtak, *Gatunki prasowe*, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2004, s. 30.

[13] *Ibidem*, s. 31.

[14] *Ibidem*.

[15] W. Furman, A. Kaliszewski, K. Wolny-Zmorzyński, *Gatunki dziennikarskie*, *Specyfika ich tworzenia i redagowania*, Wyższa Szkoła Zarządzania w Rzeszowie, Rzeszów 2000, za: M. Wojtak, *op. cit*., s. 32–35.

[16] L. Zakrzewska, *Informacja*, [w:] *Dziennikarstwo od kuchni*, red. A. Niczyperowicz, PWP Iris, Poznań 2001, za: M. Wojtak, *op. cit.*, s. 31.

kłaniania, rozdzielając składnię informacyjną od składni interpretacyjnej[17]. Przy pewnym uproszczeniu sprowadza się to do rozróżnienia parataktyczności i hipotaktyczności syntaksy; ta pierwsza wprowadza raczej informowanie przez kompletowanie zdarzeń jako faktów i jest nastawiona na relację z wydarzeń; druga jest już ich interpretacją, czyli nakładaniem na wydarzenia wzajemnej relacji, która dzięki spójnikom i operatorom tekstowym wprowadza aspekt subiektywizacji i własną ocenę dokonaną przez nadawcę. Gdy mówię „poszedłem do hipermarketu i kupiłem butelkę dobrego wina", oznacza coś innego niż „poszedłem do hipermarketu, żeby kupić butelkę dobrego wina". W pierwszym przypadku mogłem iść do hipermarketu w zupełnie innym celu niż kupno czegokolwiek i tylko przy okazji coś kupiłem, w drugim przypadku nakładam filtr celowości i subiektywizację oceny wydarzenia – poszedłem po to, aby kupić. W naturze hipotaksy jest tworzenie relacji i interpretacji rzeczywistości w przestrzeni mentalnej, a parataksy – gromadzenie i „nanizywanie" czy raczej katalogowanie zdarzeń jako faktów[18]. W tym wypadku musimy jeszcze uwzględnić restrykcję stylistyczną, która blokuje użycie parataksy – tylko bowiem potoczność dobrze znosi długie sekwencje parataktyczne. Ale i tu możemy zauważyć elementy języka interpretacyjnego (składni interpretacyjnej), np. gdy porządek składniowy nie odpowiada porządkowi czasowemu wydarzeń.

Natura emocji

Obserwowane od jakiegoś czasu zainteresowanie badaczy emocjonalnością, także jej wyrazem językowym, wynika z obserwacji zmian społecznych i politycznych, w rezultacie czego obserwuje się również zmiany w społecznej roli języka jako narzędzia komunikowania i oddziaływania, ale także z dostrzeżenia coraz większej roli, jaką w komunikowaniu i używaniu języka odgrywają emocje. Inspiracje mogą płynąć z dwóch przynajmniej kierunków: z psychologii społecznej i neurolingwistyki oraz retoryki i teorii perswazji.

Biologiczno-neurologiczna natura emocji, którą tak precyzyjnie rozpoznawał Silvan S. Tomkins, a później Paul Ekman, sprawia, że emocjom ulegamy i nimi zarażamy, nie zawsze mając tego świadomość. W codziennej komunikacji człowiek odczuwa napięcie emocjonalne i może ulegać afektom oraz emocjom

[17] W. Pisarek, *Język służy propagandzie*, RSW „Prasa–Książka–Ruch", Kraków 1976; por. także D. Kępa-Figura, *Gatunek mowy „informacja" – czy to możliwe?*, [w:] *Komunikacja. Tradycja i innowacje*, red. M. Karwatowska, A. Siwiec, Wydawnictwo UMCS, Chełm 2013, s. 350–363.

[18] J. Warchala, A. Skudrzyk, *Kultura piśmienności młodego pokolenia*, Wydawnictwo UŚ, Katowice 2010, s. 151–153.

bezwiednie i spontanicznie, w ten sposób potwierdzając poniekąd ich biologiczność i cielesność. Ale emocje możemy też z pełną świadomością transmitować i nimi się posługiwać np. w celu manipulowania rozmówcą. Potrafimy kontrolować swoje emocje i używać ich do kontrolowania sytuacji, w której odbywa się komunikacja. Uczymy się tego w procesie socjalizacji: naśladujemy zachowania najpierw rodziców, później rówieśników i wzorców osobowych (idoli), w ten sposób zarządzając emocjonalną stroną zachowań. Jeśli sięgnąć do pionierskich w Polsce badań Kazimierza Obuchowskiego, wykazują one, że w każdym komunikacie odnajdziemy komponent poznawczy (racjonalny), ujawniający się w jego funkcji odniesienia i komponent emocjonalny. Wartość tego drugiego możemy mierzyć zapotrzebowaniem na informację i jej przydatnością w danym momencie dla człowieka: „[…] stan emocjonalny wywołany danym komunikatem ukierunkowuje zainteresowania osoby, nadaje im określoną siłę, działa więc jako czynnik selekcjonujący, a także stabilizujący kierunek danego procesu orientacyjnego, jak i dążeń”[19].

Z kolei zainteresowanie procesem perswazji sprawiło, że mechanizmy emocjonalizacji przekazu badali i wykorzystywali praktycznie już starożytni. Analizował je szczegółowo Arystoteles, który początek II księgi *Retoryki* poświęcił właśnie klasyfikowaniu afektów i wyjaśnianiu ich natury. Wywód swój poprzedził znamiennym stwierdzeniem: „Afekty są to [tego rodzaju doznania], pod których wpływem podejmujemy inne niż zwykle decyzje; towarzyszy im przy tym przykrość lub przyjemność” (*Retoryka* 1377b, 22–24). Szczególną rolę w tworzeniu „języka emocji”[20] przypisuje amplifikacji i deprecjacji (*Retoryka* 1403a, 20–25), które polegają na przesadnym przedstawianiu faktów i nie tyle na dowodzeniu, co wywoływaniu sterowanych przez mówiącego wrażeń (i obrazów):

> Jeśli czyni tak broniący się, sprawia wrażenie, że jest niewinny; jeśli natomiast oskarżający przemawia w gniewnym uniesieniu, odnosimy wrażenie, że broniący się popełnił to przestępstwo. Nie jest to nawet żaden entymem, ponieważ błędny wniosek, jaki słuchacz wysnuwa o tym, czy przestępstwo zostało dokonane, czy nie, nie jest oparty na żadnym dowodzie. (*Retoryka* 1401b, 3–8, III)

Tę podwójną siłę słowa – jego znaczenie rozpoznawane w warstwie propozycjonalnej i emocjonalne oddziaływanie rozpatrywane było przez klasyków retoryki: Cornificiusa (*Rhetorica ad Herennium*), Cycerona i Kwintyliana, który pisząc o emocjach jako narzędziu retoryki, rozwinął czynnik obrazowania. Emo-

[19] K. Obuchowski, *Kody umysłu i emocje*, Wydawnictwo WSH-E, Łódź 2004, s. 238.

[20] Fabrizio Macagno i Douglas Walton używają określenia *loaded language* lub *indignant language* na ten typ języka, co można ująć jako *język przesadni*, *język oburzenia*; por. F. Macagno, D. Walton, *Emotive Language in Argumentation*, Cambridge University Press, Cambridge 2014 (e-book bez numeracji stron).

cje najpełniej się ujawniają, gdy mówca, dzięki słowu, wywołuje obrazy zwykle już istniejące w świadomości odbiorcy. Żeby mówić o morderstwie, pisze Kwintylian, trzeba umieć wywołać obrazy emocjonalne związane z tym morderstwem:

> Czyż nie przywiodę przed moje oczy wszystkich okoliczności, które pozwolą mi wyobrazić sobie, jak to [morderstwo] nastąpiło? Czyż nie zobaczę mordercy wyskakującego nagle z ukrycia, ofiary drżącej, wołającej o pomoc, błagającej o łaskę, gotującej się do ucieczki. Czyż nie zobaczę fatalnego ciosu zadanego i zranionego upadającego ciała? Nie zobaczę krwi, śmiertelnej bladości, jęków agonii, śmiertelnego rzężenia, na trwałe odciskające się w moim umyśle?. (Kwintylian, *Ins. Orat.* VI, 2, 29–31, tłum z jęz. ang.)

Kwintylian rekonstruuje to, co współczesne badania psychologiczne określają jako pamięć epizodyczną. Jej częścią integralną, lub może szczególnym przypadkiem, jest pamięć o przeżytych emocjach, własnych lub cudzych, widzianych albo tylko przeżywanych w wyobraźni; jest to pamięć emocjonalna[21]. Poszukiwanie przez retora właściwych emocji we własnej pamięci emocjonalnej, a zarazem umiejętne uzewnętrznienie emocji poprzez *actio*, daje możliwość podejmowania z publicznością subtelnej gry, której celem jest przekonanie i stworzenie iluzji prawdy. Tak jak sztuka aktorska nie wymaga, aby aktor grający okrutnika stał się okrutnikiem w realnym życiu, tak i od retora publiczność nie wymaga, by wcielił się w ofiarę lub sprawcę, ale żeby rozumiał i potrafił wizualizować pewne stany emocjonalne, reagował na nie, gdy ujawnią się i wykorzystywał je do własnych celów perswazyjnych.

Ten trop odnajdziemy u Arlie R. Hochschild[22] w zaproponowanej przez nią interakcyjnej koncepcji „pracy emocjonalnej", gdzie człowiek nie tylko podlega emocjom, ale jest w grze emocjonalnej aktantem, czyli czynnym „użytkownikiem emocji". Może stosować techniki umożliwiające mu odczuwanie, ale też okazywanie (uzewnętrznianie) emocji; może zmieniać swoje własne odczucia i emocje oraz, dodajmy, manipulować emocjami własnymi i cudzymi[23]. Pomimo bezpośrednich odniesień do interakcyjnych koncepcji Ervinga Goffmana, z których Hochschild czerpie i które krytycznie rozwija, jej koncepcja pokazuje, jak silne jest zanurzenie współczesnych refleksji nad emocjami w tym, co już retoryka i erystyka ustaliły – że emocje mogą tworzyć „swoją" retorykę, a zatem „technikę" odczuwania i uzewnętrzniania emocji, działania emocjami, manipulowania nimi i wykorzystywania ich do własnych celów strategicznych w interakcjach,

[21] A. Margalit, *Emocje przypomniane*, tłum. T. Kunz, [w:] *Historie afektywne i polityka pamięci*, red. E. Wichrowska, A Szczepan-Wojnarska, R. Sendyka, R. Nycz, IBL, Warszawa 2015, s. 65–95.

[22] A. R. Hochschild, *Zarządzanie emocjami. Komercjalizacja ludzkich uczuć*, tłum. J. Konieczny, PWN, Warszawa 2009, s. 40–48.

[23] *Ibidem*, s. 53.

a zatem także w procesie informowania czy węziej – w procesie konstruowania informacji.

W retoryce emocji nie chodzi przy tym o dążenie do prawdy i obiektywności czy o racjonalne argumentowanie, ponieważ emocje wykraczają poza obiektywność i racjonalność dowodu, lecz o budowanie postawy odbiorcy lub umożliwienie mu wytworzenia albo przeczucia takiej postawy. W „logice" dowodu, zwłaszcza dowodu sofistycznego, emocje nie przeciwstawiają się argumentacji, ale ją wzmacniają, są względem niej komplementarne. Razem ze słowem, emocje budują postawy przy wykorzystaniu wiedzy, sytuację ego, aktualnego kontekstu, relacji podmiotowych: JA–JA, JA–TY, JA–ON/MY/WY oraz relacji przedmiotowych wobec elementów otaczającego świata.

Mechanizm kontrolowania i kreowania sytuacji emocjonalnych obserwowany jest dziś w sferze publicznej – zawsze tam, gdzie pojawia się czynnik negocjacji[24], ale także tam, gdzie mamy do czynienia z oddziaływaniem i pozyskiwaniem (przychylności, głosów wyborczych, klientów), np. w reklamie, marketingu politycznym[25] i w mediach – tradycyjnych, elektronicznych oraz tzw. nowych, które zastępują (niezależne, obiektywne) informowanie o wydarzeniach (co zresztą zawsze było pewnym stanem idealnym) pozyskiwaniem czytelników dla określonych idei i oddziaływaniem na ich postawy. Tutaj pozyskiwanie ma też swoje istotne przyczyny merkantylne, ponieważ w czasach dominacji propagandy i reklamy wyrazistość ideologiczna przysparza mediom dobrze sformatowanych grup czytelników, a za nimi podążają reklamodawcy. To jeden z warunków, czy raczej przyczyn, wzmagających poziom emocjonalizacji przekazu, co wyraża się w odejściu od jego obiektywności na rzecz poszukiwania sensacji, w tabloidyzacji mediów, wprowadzaniu infotainmentu, a także w niestronieniu od agitacji politycznej, której temperatura emocjonalna bywa tak wysoka, że język niebezpiecznie ociera się o hejt.

Zaawansowane badania nad komunikacją marketingową, propagandą, socjotechnikami społecznymi, teorią perswazji społecznej muszą uwzględniać zagadnienie emocji, a narzędzia wypracowane najpierw przez retorykę, a dziś przez socjologię, psychologię społeczną i neurolingwistykę dostarczają naukowych pod-

[24] R. Fisher, D. Shapiro, *Emocje w negocjacjach. Jak je wykorzystać nie tylko w biznesie*, tłum. Z. Kościuk, Wydawnictwo Santorski, Warszawa 2009. Niewątpliwie najbardziej doniosłe są tu badania Arlie Russell Hochschild; por. eadem, *The Commercial Spirit of Intimate Life and Other Essays*, University of California Press, Berkeley 2003; eadem, *Praca emocjonalna…*, *op. cit.*, s. 213–244; eadem, *Zarządzanie emocjami…*, *op. cit.*

[25] Por. np. S. Barańczak, *Czytelnik ubezwłasnowolniony*, Libella, Paryż 1983, s. 32–34; P. Francuz, *Strach i lęk w reklamie politycznej*, https://www.kul.pl/files/105/FRANCUZ2007Strach.pdf [dostęp: 22.07.2016].

staw dla badania emocji, także jako problemu językowego[26]. Wskazała na to Anna Wierzbicka:

> Emocje i kultura są ze sobą nierozerwalnie związane. Aby badać rolę emocji we wzorcach kulturowych oraz znaczenie kultury w kształtowaniu i konceptualizacji emocji musimy zwracać baczną uwagę na język we wszystkich jego aspektach – leksykalnym, gramatycznym i pragmatycznym[27].

Nie uczymy się leksykonu emocjonalnego w jakiś wyjątkowo systematyczny sposób[28], ale nabywamy go dzięki transferowi kulturowemu: w ramach socjalizacji pierwotnej, gdy uczymy się posługiwać językiem, i wtórnej, gdy zdobywamy systematyczną wiedzę i zanurzenie w kulturze. Potrafimy emocje konceptualizować w języku przez, jak dowodzą kognitywne badania, siatki wyrażeń metaforycznych, w których ujawnia się ich złożona struktura pojęciowa. Dzięki temu jesteśmy w stanie „używać" emocji w sposób racjonalny w procesie myślenia, dowodzenia i argumentowania[29].

Hipoteza George'a Lakoffa na temat pojęć ucieleśnionych i emocji konceptualizowanych w języku ma silne ugruntowanie w jego badaniach lingwistycznych nad metaforą i metonimią ujmującą i konceptualizującą ludzkie emocje. Ogromna

[26] K. Bromberek-Dyzman, *Język emocji a język ironii w pragmatyce eksperymentalnej*, „Studia z Kognitywistyki i Filozofii Umysłu" 2011, t. 5, nr 1, s. 5–6: „Pragmatyka eksperymentalna łączy pytania i metody badawcze psychologii i socjologii, przez co stwarza fundament do wszechstronnego i całościowego zbadania procesów i zjawisk związanych z rozumieniem interakcji komunikacyjnych na poziomie zachowań, procesów kognitywno-afektywnych oraz procesów związanych z fizyką i chemią mózgu zaangażowanego w nawigacje interakcji komunikacyjnych", por. *ibidem*, s. 7.

[27] A. Wierzbicka, *Emocje. Język i „skrypty kulturowe"*, [w:] eadem, *Język – umysł – kultura*, red. J. Bartmiński, tłum. J. Szpyra, PWN, Warszawa 1999, s. 189; por. także eadem, *Mówienie o emocjach. Semantyka, kultura i poznanie*, [w:] *ibidem*, s. 138–162; eadem, *Język i metajęzyk: kwestie kluczowe w badaniach nad emocjami*, [w:] *Emocje w kulturze*, red. M. Rajtar, J. Straczuk, tłum. A. Burek, Wydawnictwa UW, Warszawa 2012, s. 245–280.

[28] Silvan Tomkins zaproponował zestaw podstawowych i zarazem uniwersalnych kulturowo i biologicznie emocji, do którego należą: emocje pozytywne – *zainteresowanie* i *radość* oraz negatywne – *smutek*, *wstręt*, *złość*, *wstyd*, *strach*, a także dodatkowo *zdziwienie* jako emocja pośrednia pomiędzy negatywnymi a pozytywnymi. Tę listę P. Ekman [por. P. Ekman, *op. cit.*] ogranicza do pięciu emocji podstawowych: *strachu*, *złości*, *smutku*, *radości* i *wstrętu*, zaś Carroll Izard poszerza do dziesięciu i zalicza do nich: *strach*, *złość*, *smutek*, *radość*, *wstręt*, *wstyd*, *poczucie winy*, *zaskoczenie*, *zainteresowanie*, *pogardę*; por. C. Izard, *Human emotions*, Plenum Press, New York 1977.

[29] Por. np. G. Lakoff, *Kobiety, ogień i rzeczy niebezpieczne. Co kategorie mówią o umyśle*, tłum. M. Buchta, A. Kotarba, A. Skucińska, Universitas, Kraków 2011, zwłaszcza rozdz. *Gniew*, s. 376–413; w polskiej literaturze przedmiotu por. S. Grabias, *O ekspresywności języka*, Wydawnictwo UMCS, Lublin 1981; A. Gajdzińska, *Jak mówimy o uczuciach? Poprzez analizę frazeologizmów do językowego obrazu świata*, [w:] *Językowy obraz świata*, red. J. Bartmiński, Wydawnictwo UMCS, Lublin 1990, s. 87–107; I. Nowakowska-Kempna, *Konstrukcje zdaniowe z leksykalnymi wykładnikami predykatów uczuć*, Wydawnictwo UŚ, Katowice 1986; eadem, *Konceptualizacja uczuć w języku polskim. Prolegomena*, WSP TWP, Warszawa 1995.

liczba wyrażeń metaforycznych i metonimicznych czyni nas zdolnymi nie tylko do konceptualizacji naszych emocji, ale i do precyzyjnego oraz subtelnego różnicowania najlżejszych ich odcieni. Pokazuje też, że dzięki metaforze i metonimii nazywamy i identyfikujemy emocje, gdy sami im ulegamy oraz gdy odbieramy je i rozpoznajemy u innych.

Obserwacje zachowań emocjonalnych i ich wyrazu cielesnego (wyraz twarzy) prowadzone przez Paula Ekmana, George Lakoff potwierdził właśnie na materiale językowym. Jego studium na temat gniewu nie tylko potwierdza na materiale metaforyczno-metonimicznym języka potocznego neurobiologiczne obserwacje Ekmana i innych badaczy emocji, ale także pokazuje, jak możliwe jest kodowanie emocji oraz, co więcej, udowadnia, że określony sposób konceptualizacji może determinować nasz sposób postępowania. Mówiąc inaczej, postępujemy w tym względzie tak, jak wymaga tego **ideologia emocjonalna**, którą wyznajemy. Potwierdza to po raz kolejny, że emocje są zdeterminowane kulturowo i stanowią składnik naszej kompetencji komunikacyjnej. Nieprawidłowe wyrażanie i komunikowanie emocji może być w pewnych okolicznościach o wiele bardziej kłopotliwe dla poprawnego procesu komunikowania, informowania i socjalizacji niż braki w kompetencji werbalnej[30].

Emocjonalność poddawana jest normom zachowań społecznych i zależności kulturowych. Może być kształtowana, przejmowana, możemy też podlegać manipulacji ze strony społeczeństwa, ekspertów, nauczycieli, rodziców, rówieśników, a zwłaszcza idoli. W takiej postaci możemy próbować emocje racjonalizować i opisywać. Co więcej, emocjonalność jako zespół bodźców ulega instytucjonalizacji w formie symbolicznych modeli emocjonalnego zachowania się[31]. W ramach danej kultury poddana bywa pewnym ograniczeniom związanym z tabu, obyczajowością, normą zachowania, co można ująć np. w formie idiomów społecznych: „to nie przystoi mężczyźnie" (np., wyrażenie obawy i lęku przez płacz), „tak nie zachowują się kobiety" (np. wyrażanie otwartej, niezakamuflowanej chęci erotycznej wobec nieznajomego mężczyzny itd.). Jak pisał Geertz, „W człowieku nie tylko idee, ale też emocje stanowią kulturowe artefakty"[32]. Steven Gordon

[30] E. Łątka, *Czy mówienie o emocjach w języku obcym jest możliwe? O potrzebie rekonstruowania skryptów kulturowych wyrażania emocji dla glottodydaktyki polszczyzny*, „Acta Universitatis Lodziensis. Kształcenie Polonistyczne Cudzoziemców" 2012, nr 19, s. 35–43. Medycyna rozpoznaje także jednostkę chorobową zwaną *aleksytymią*, czyli niezdolnością do rozumienia i nazywania własnych emocji, szczególny brak wglądu w świat własnych emocji, a jednocześnie niemożność wprowadzenia innych w ten świat; mamy również pojęcie tzw. *inteligencji emocjonalnej* – przy jej braku nie jesteśmy np. zdolni do empatii, por. M. Wawrzyniak, *Aleksytymia i neurotyzm: różnicowanie i werbalizacja emocji podstawowych*, „Przegląd Psychologiczny" 2002, nr 1, s. 109–122.

[31] C. Geertz, *op. cit*., s. 98.

[32] *Ibidem*, s. 99.

zbudował na tej podstawie pojęcie *kultury emocjonalnej*, dzieląc ją na instytucjonalną: oficjalną, publiczną, normatywną i impulsywną: osobniczą, bardziej biologiczną i subiektywną, często lekceważącą normy instytucjonalne, niekonwencjonalne zachowania. To tutaj obserwujemy łamanie norm i różnego rodzaju impulsywne zachowania afektywne[33]. Takie kulturalistyczne podejście do emocji wskazuje, że mogą one być wyuczane, podlegać enkulturacji, być przekazywane jako zasób kulturowy między jednostkami i grupami społecznymi, a jako takie podlegają konstruowaniu i mogą stanowić rodzaj strategii w kontaktach intersubiektywnych.

Emocje są elementem procesu komunikacyjnego, czyli wiążą się z jakąś formą odbierania własnych bodźców emocjonalnych i cudzych ujawnień, przekazywania ich, rozumienia własnego i cudzego ciała, przyjmowania i ekspresji, czyli transmisji emocji w określonych formach językowych, niekoniecznie werbalnych, także w formie gestów symbolicznych lub obrazów. Można to określić jako myślenie emocjonalne, jakkolwiek różne od myślenia racjonalnego, logicznego, to jednak z nim związane i od niego zależne. Myślenie emocjonalne musi bowiem znaleźć swój wyraz, nawet jeśli będzie to przedsymboliczny gest afektalny, wstrząs lub nieuświadomiony, ale przecież możliwy do konceptualizacji impuls skierowany na działanie. Istotą problemu emocji i ich funkcji w komunikacji jest fakt, że „ludzie nawykowo traktują własne uczucia jako źródło informacji”[34] i że emocje bezpośrednio oddziałują na procesy formułowania sądów.

Wykorzystujemy emocje w procesie komunikowania, zarówno w sferze publicznej, jak i prywatnej, do konstruowania i transferu znaczeń oraz sensów, a także, co wydaje się w tym miejscu ważniejsze, do realizacji strategii komunikacyjnych właśnie przy użyciu emocji, które współtworzą komunikat przede wszystkim w jego wymiarze perswazyjnym.

Innymi słowy, istnieje związek między racjonalną informacyjnością i strukturą poznawczą komunikatu a stopniem nasycenia komponentu emocjonalnego. Istnienie związku nie oznacza wcale, że utrzymuje się stan względnej niezależności emocji jako procesów psychofizjologicznych od władz poznawczych i umiejętności intelektualnych[35], aczkolwiek badania laboratoryjne prowadzą czasami do wniosków, które utożsamiają proces poznawczy z metaświadomością własnej emocjonalności. Posługiwanie się emocjami nie musi koniecznie pociągać

[33] J. H. Turner, J. E. Stets, *Socjologia emocji*, tłum. M. Bucholc, PWN, Warszawa 2009, s. 46–51.

[34] G. C. Clore, *Dlaczego przeżywamy emocje*, [w:] *Natura emocji*, red. P. Ekman, R. J. Davidson, tłum. B. Wojciszke, GWP, Gdańsk 2002, s. 97.

[35] W. Dziarnowska, P. Przybysz, *Emocje moralne jako podstawa zmysłu moralnego. Defekty zmysłu moralnego*, „Rocznik Kognitywistyczny”, vol. 4, Kraków 2011, s. 59.

za sobą umiejętności racjonalnego wytłumaczenia zachowań i wyborów dokonanych na drodze emocji[36]. Możemy też używać emocjonalizacji bez świadomości jej stosowania, tak jak dzieje się to w przypadku posługiwania się werbalnymi technikami retorycznymi, np. entymematami, bez gruntownej znajomości retoryki.

Czy istnieje język emocji? Mamy słowa i zwroty, które nazywają emocje: *litość*, *gniew*, *zwątpienie*, *nienawiść*, *pogarda*. Są słowa wyrażające emocje wprost – wulgaryzmy, przekleństwa, ale także spieszczenia i zdrobnienia. Są wreszcie słowa, które zawierają emocje dlatego, że używane są w określonych, emocjonalnie nacechowanych kontekstach, przywołują skojarzenia z określonymi sytuacjami, które umieszczamy na naszej skali oceny: złe – dobre; do takich słów należą np. słowa: *wojna*, *terrorysta*, *trzęsienie ziemi*, *lawina*. Wszystkich tych zjawisk obawiamy się i czujemy przed nimi respekt. Przywołują na myśl sytuacje, w których nie chcielibyśmy się znaleźć i które wywołują emocje negatywne. Ich odwrotnością będą zapewne słowa: *mama*, *dom*, *wakacje*, *miłość* z zupełnie przeciwnych powodów – wywołują emocje pozytywne, zawierają w sobie naszą pamięć o chwilach dobrych i pozytywnych.

Języka emocji używamy nie tylko do określenia naszego dobrostanu lub gdy czujemy jego zagrożenie, ale również jako swego rodzaju strategii transmisji i oddziaływania. Słowa nacechowane emocjonalnie wykazują dyspozycję do wywoływania reakcji emocjonalnych, dlatego prymarnie nie opisują rzeczywistości, lecz wpływają na postawy lub ich zmianę. Stopień jawności strategii sytuuje nam użycie języka emocji w celach perswadowania lub gdy ukrywamy głębiej nasze intencje – manipulowania odbiorcą. Fabrizio Macagno precyzuje pojęcie języka emocji jako narzędzia dialektycznej i retorycznej strategii nakłaniającej. Ten wniosek przywołuje koncepcję „schematu perswazyjności" Stanisława Barańczaka, w którym mechanizm emocjonalizacji przekazu, niesprecyzowany lingwistycznie, a jedynie zasygnalizowany, opisywany był jako narzędzie paraliżowania możliwości intelektualno-refleksyjnych dzięki przekierowaniu percepcji z racjonalnej na emocjonalną. Dla Macagno określenie jest traktowane jako emotywne, jeśli prowadzi interlokutora do wywołania sądu wartościującego na temat fragmentu rzeczywistości, do którego użyte określenie się odnosi.

Zaznaczmy jeszcze, iż ograniczanie „języka emocji" jedynie do werbalnej strony komunikacji, co rozpoznawała i rozwijała retoryka w ramach *status*,

[36] Por. F. Cushman, L. Young, M. Hauser, *The Role of Conscious Reasoning and Intuition in Moral Judgement. Testing Three Principles of Harm*, „Psychological Science" 2006, vol. 12, s. 1082–1089.

byłoby zdecydowanym zawężeniem problemu. Ekspresja emocji[37] może się zatem odbywać:

A. Na wszystkich poziomach języka. Naturalnym środowiskiem (językowym) emocji są formacje ekspresywne: wyspecjalizowane leksemy, konstrukcje gramatyczne na poziomie fonetycznym lub suprasegmentalnym (prozodycznym), morfologicznym lub składniowym: np. emocjonalny akcent inicjalny, zestaw formantów ekspresywnych, formy przypadkowe wołacza, tryby, subiektywizujące wypowiedź wyrażenia modalne. Tego rodzaju eksponenty emocjonalności określiłbym jako przejawy emocjonalności inherentnej, wynikającej z właściwości języka i jego zdolności do tworzenia wyrażeń afektywnych.

Ale emocjonalność ujawnia się także poza sferą systemową, nieinherentnie. Chodzi tu o presupozycje, aluzje, implikatury, niedomówienia, dystans ironiczny, kierunkujące odbiór zabiegi kompozycyjne, takie jak zasada odwróconej piramidy informacyjnej tekstu, na poziomie retorycznym tekstu: w metaforyce, w amplifikacjach czy w ironii. Każdy z tych przypadków trzeba zwykle indywidualnie zinterpretować[38], uwzględniwszy kontekst, uwarunkowania sytuacyjne aktu mowy, intencje nadawcy, wiedzę wspólną.

B. Dzięki mimice twarzy.

C. Przez mowę ciała i kody kinetyczne, np. silną gestykulację.

D. Język emocji dotyczy także reakcji niekontrolowanych ciała, takich jak drżenie rąk, przyspieszone bicie serca, przyspieszony oddech czy takich wewnętrznych objawów, jak uderzenie krwi do głowy, skurcze żołądka, mrowienie, czerwienienie się; wszystkie te objawy są postrzegane przez człowieka, a niektóre z nich (np. czerwienienie się czy drżenie rąk, nerwowe ruchy całego ciała) są też ujawniane, dzięki czemu mogą uczestniczyć w procesie komunikowania jako symptomy zdradzające emocjonalną stronę uczestników.

E. Wehikułem emocji są także kody kulturowe, takie jak rodzaj ubrania czy jego kolorystyka (czerń w Polsce pokazuje smutek, bez względu na to, czy jest autentyczny, czy udawany lub konwencjonalny). Wszystkie one mają swoistą, kulturowo „wdrukowaną" emocjonalność, stanowiąc podstawę dla strategii odbierania, wyrażania, tłumienia i ogólnie manipulowania w trakcie procesu komunikacji.

F. Do języka emocji zaliczymy kody ikoniczne, czego eksponentem są obrazy, fotografie, konwencje obrazowania, kolorystyka, miejsca ekspozycji, style.

[37] Por. też D. Doliński, *Ekspresja emocji. Emocje podstawowe i pochodne*, [w:] J. Strelau, *Psychologia ogólna*, t. 2, rozdz. 26, GWP, Gdańsk 2002, s. 351–367.

[38] O ironii i emocjach por. K. Bromberek-Dyzman, *op. cit.*, s. 7–9.

Jeśli powiąże się emocje ze sferą wartości i wartościowania[39], rozumianego jako proces reakcji na otaczający nas świat, to emocje i afekty są składnikiem postaw afirmatywnych i destruktywnych, negujących przyjętą strukturę wartości oraz podważających lub dążących do redefinicji wartości konkretnych, takich jak dobro, miłość, zaufanie, patriotyzm itd. Postawa afirmatywna rodzi emocje pozytywne, silne uderzenie w sferę aksjologii rodzi emocje negatywne. Siła hejtu lub szerzej tzw. mowy nienawiści polega właśnie na uderzeniu w strukturę wartości przyjętych i zaakceptowanych społecznie, co uaktywnia emocje związane z obroną nie tylko owych wartości, ale przede wszystkim tożsamości, która ukształtowana jest na wspólnocie systemu aksjologicznego. Emotywna leksyka i wszelkie operatory emotywne „stymulują klasyfikowanie [ocen rzeczywistości] na skali dobry/zły na podstawie wspólnie podzielanych wartości przez społeczność, do której interlokutorzy należą"[40]. Pokazują to współcześnie toczące się dyskusje i spory wokół ważnych społecznie tematów. Tak jest w przypadku sporu wokół wciąż pojawiającej się w życiu publicznym propozycji zakazu aborcji, który toczy się głównie na słowa i angażowane dyskursy. Obie strony zdefiniowały swoje granice dzięki definicji lub redefinicji słów kluczowych, organizujących emocjonalność sporu. Gdy jedna strona próbuje używać słów *zarodek* lub *zygota* (oba mają obojętną dymensję emocjonalną), strona *pro-life* wprowadza mocno nacechowane emocjonalnie słowo *nienarodzone dziecko*, a przerywanie ciąży określa podobnie emocjonalnym zwrotem: *zabijanie nienarodzonych dzieci* wobec *niszczenia zarodków* strony przeciwnej:

Rząd przyjął ustawę o *in vitro* – teraz ma się nią zająć Sejm. Projekt przewiduje, że z *in vitro* będą mogły korzystać nie tylko małżeństwa. Zakazuje też niszczenia zarodków zdolnych do prawidłowego rozwoju.

wobec:

Organizatorzy i uczestnicy Marszów dla Życia i Rodziny przypominali o bezwarunkowym przyjęciu każdego poczynającego się życia ludzkiego. Jest ono wielkim dobrem samym w sobie – bez względu na stan zdrowia dziecka, okoliczności poczęcia, czy jakiekolwiek inne przyczyny.

[39] Elżbieta Laskowska starała się jednak pokazać, że wartościowanie nie w pełni może być utożsamiane z emotywnością na przykładzie słów *rzeczowy*, *ciekawy i rewelacyjny*: *wykład był rzeczowy i ciekawy* (wartościowanie bez dymensji emocjonalnej) i *wykład był rewelacyjny* (wartościowanie i emocjonalność), por. E. Laskowska, *Operatory emotywne w publicystyce na przykładzie felietonów Aleksego Awdiejewa*, www.ukw.edu.pl/download/7338/referat.doc [dostęp: 22.01.2017].

[40] F. Macagno, *The Argumentative Uses of Emotive Language*, „Revista Iberoamericana de Argumentación" October 4, 2010, Forthcoming. SSRN, http://ssrn.com/abstract=1739820, s. 1 [dostęp: 22.01.2017].

Spór dotyczy tego samego przedmiotu, ale ujawnia dwie dymensje: racjonalną i emocjonalną, które aktualizują się w dwóch typach zastosowanego języka. Chodzi o zobiektywizowany język nauki (dominacja znaczeń deskryptywnych, pozbawionych emotywnej dymensji) oraz emocjonalny i wartościujący język moralności (dominacja znaczeń emotywnych w silnie nacechowanych aksjologicznie wyrażeniach). Zabieg taki uruchamia dwa typy dyskursów lub lepiej rzecz ujmując: dwa schematy odniesienia dla interpretacji znaczeń. Na tej podstawie następuje proces przekodowania, który zmierza do zmiany klasyfikacji rzeczywistości – zarówno wewnętrznej (związanej z osobowością), jak i zewnętrznej (związanej z poczuciem tożsamości grupowej). Jednocześnie czynnik wyrazistej społecznej polaryzacji stanowisk politycznych i tendencja do identyfikowania się z konkretną postawą oraz ideologią wpływa na wyraźną polaryzację zastosowanych języków i schematów odniesienia (tu: ideologii), i to wpływa na tyle silnie, że odcina wszelkie możliwości poszukiwania miejsc wspólnych oraz podzielania wspólnych znaczeń. Konfrontacja ideologii stymuluje emocje rodzące się z przeciwieństwa postaw, ale przede wszystkim z poczucia, że stanowisko przeciwne jest zagrożeniem dla własnej osobowości i poczucia tożsamości. Wybór określonego języka nie ma zatem prostej przyczyny stylistycznej, ale stanowi wybór postawy i narzędzie obrony tożsamości. Taka sytuacja uniemożliwia (w tym wypadku) jakąkolwiek dyskusję, ponieważ zneutralizowano coś, co jest najważniejsze dla dyskusji, ale i dla perswazji – możliwość założenia wspólnej płaszczyzny porozumienia. Granica dyskursów staje się równocześnie granicą naszej osobowości.

Jeśli perswazja jest przekonywaniem, czyli formą przeciągania na swoją stronę, to warunkiem właściwego procesu perswazji jest jednak zrozumienie racji lub przyjęcie stanowiska adwersarza jako możliwego do zaakceptowania, a w każdym razie wartego rozpatrzenia. Jest rodzajem empatii intelektualnej, gdy zakładamy możliwość wczuwania się w emocje Drugiego, aby zrozumieć jego sposób myślenia. Zakłada więc otwartość na racje strony przeciwnej i konieczność ustanowienia tego, co nas łączy lub pozwala przejść na stronę Drugiego, a przynajmniej ją dostrzec niekoniecznie jako coś wrogiego. Możemy przystąpić do perswazji pod warunkiem zaakceptowania stanu otwartości na argumenty inne niż nasze własne. Ten brak otwartości musi przesunąć dyskusję (i ewentualną perswazję) z płaszczyzny racjonalnej na emocjonalną, gdzie nie liczą się racje, bo generowane są jedynie emocje. Paradoks polega na tym, że wartości mogą być wspólne, ale zróżnicowaniu podlega opis rzeczywistości i jej definiowanie, który wzmacnia lub neutralizuje podzielane wartości. Spór toczy się w języku, a konkretnie w sferze konotacji. Chodzi o zawłaszczenie sensu słowa i wykluczenie przeciwnika ze sfery konotacji, gdzie nie nazywa się wartości wprost, ale je sugeruje.

Wykluczenie oponenta ze sfery znaczeń konotujących określone wartości oznacza, że używając innego języka (innych znaczeń, odmiennych definicji), nie podziela on tych wartości, które wyznaje strona druga i o które toczy spór. Zastosowanie „języka emocji" przesuwa ewentualną dyskusję z poziomu racji naukowych do poziomu moralności i wartości uniwersalnych, takich jak życie człowieka. I właśnie (słowo) *życie* jest odmiennie definiowane w obu językach, tak jak słowo *dziecko* lub *człowiek* (czy człowiekiem jest zarodek?) Jeden z nich definiuje *zarodek* jako *człowieka* (*dziecko*), a drugi *zarodek* jako *zygotę*. Prowadzi to do (wzajemnego) wykluczenia ze sfery konotacji. Warto też zauważyć, że użycie słowa *zarodek* czy *zygota*, czyli wprowadzenie języka nauki do języka moralności przez zwolennika ruchu *pro-life*, ujawni zapewne silnie emocjonalne użycie ironiczne dzięki (sygnalizowanej kontekstem) zamianie schematów odniesienia[41] – emocjonalnego języka moralności używa się do opisu rzeczywistości, do której się nie odnosi. Ironia jest jednym z silniejszych narzędzi wykluczania.

Emocje w procesie informowania

Informacyjność tekstu pojmowałbym jako jedną z jego dwóch dymensji, które stanowią integralne i w gruncie rzeczy nieodzowne składniki każdego przekazu, a informację jako *content*, czyli zawartość treściową komunikatu, jego dymensję deskryptywną, wymiar propozycjonalny towarzyszący każdej wypowiedzi, czy to pisanej, czy to ikonicznej, czy niesionej innymi, np. gestycznymi, kodami. Możemy to sprowadzić także do tej płaszczyzny przekazu, która jest weryfikowalna lub inaczej – sprawdzalna pod kątem prawdziwości w relacji do wydarzeń, a zatem pozajęzykowego odniesienia. Taki *content* znajdziemy w werbalnej, ale także wizualnej części materiału dziennikarskiego. Ta druga towarzyszy stronie werbalnej i w jakimś wymiarze uzupełnia ją: tłumaczy lub jest jej prostą translacją; obie pozostają wobec siebie w związku metonimicznym, metaforycznym lub tautologicznym. Dymensja emocjonalna może być, zanim dokonamy precyzyjniejszych określeń, dostrzeżona w „nieprzezroczystości" języka, w jego aspekcie oddziaływania, a nie odniesienia, w sferze konotacji, a nie odniesień denotatywnych, w tych elementach kodu, które skupiają na sobie uwagę, a nie odnoszą do rzeczywistości pozajęzykowej.

Przywołajmy w tym miejscu cytat, którym posłużyła się Wojtak jako przykładem informacji zawartej w lidzie. W moim mniemaniu informacyjności, ujawniającej się w warstwie deskryptywnej, towarzyszy wyraźna emocjonalność zawarta

[41] Por. rozważania Macagno i Waltona na temat *genotypu*: F. Macagno, D. Walton, *op. cit.*, rozdz. 2, 1.1. Autorzy nie zauważają w tym miejscu roli ironii.

w obrazie wywołanym przez dwa istotne dla dymensji emocjonalnej słowa: *za kratami* i *afera korupcyjna*:

> Mecenas Adam K., główny bohater opisywanej przez nas afery korupcyjnej w lubelskim świecie prawniczym, pozostanie za kratami. Wczoraj lubelski sąd zdecydował o przedłużeniu aresztu do czerwca.

Pierwsze z nich wizualizuje abstrakcyjne pojęcie *aresztowania*, ale tworzy nie prostą translację tautologiczną, lecz z retorycznego punktu widzenia jest amplifikacją, „wymuszeniem obrazu" z dodatkową dymensją emocjonalną. Pojawiają się emocje negatywne widoczne na pierwszy rzut oka choćby w narzucającym się zestawieniu: *za kratami – za kratkami*. Ten drugi człon zestawienia ujawnia emocje deprecjonujące, ośmieszające, ironizujące; *za kratkami* wymusza emocjonalną ocenę człowieka, jego, w pewnym sensie, pomniejszenie lub lekceważenie; *za kratami* raczej odwrotnie – pokazuje powagę sytuacji.

Z kolei *afera korupcyjna* jest etykietą dość dziś wytartą, ale na tyle jeszcze żywą, aby uaktywnić jednoznacznie negatywne emocje związane zarówno ze społecznie negatywnie rozumianym słowem *korupcja*, jak i swoistą, silnie przy tym perswazyjną i emocjonalnie nacechowaną dźwignią w postaci słowa *afera*. *Afera* wzbudzić musi zainteresowanie, przyciąga uwagę, fascynuje i dlatego słowo to jest perswazyjne – nie uaktywnia wprost funkcji referencjalnej, czyli nie jest prostym odniesieniem do rzeczywistości zewnętrznej (sytuacji).

Jakkolwiek dalsza część tekstu jest relacją z wydarzeń, to cytowany tu lid stanowi jego ramę emocjonalną. I nie zgodziłbym się z autorką, że tekst (cytuję) „wprowadza środki najbliższe przedstawionej rzeczywistości". Tekst nie jest w naszym przykładzie przezroczysty semantycznie (i informacyjnie), a jego znaczenie intencjonalne[42] uzupełnione zostało dymensją emocjonalną. Dziennikarzowi nie chodzi zapewne tylko o relację, ale o narzucenie oceny (interpretacji) emocjonalnej wydarzenia – świadomej lub tylko wynikającej z wymogów figuratywności zastosowanego języka. Bo też napotykamy tu problem, jak się wydaje, niezwykle trudny, gdy informację rozpatrujemy w kategoriach obiektywności i przezroczystości: tekst powinien być nie tylko prawdziwy i obiektywny, ale i atrakcyjny, a w końcu przecież musi być jakoś powiedziany (napisany). Jestem jednak przekonany, że bez względu na to, czy autor miał lub nie miał jakichś inkryminowanych mu przeze mnie intencji, wprowadza ramę emocjonalną, wzmacnianą przez subiektywne spojrzenie i sugeruje czytelnikowi wektor emocji, który kierunkuje dalsze interpretowanie tekstu w stronę redefiniowania wyrażeń nawet obojętnych

[42] Znaczenie intencjonalne rozumiem w tym wypadku za George'em Orwellem jako znaczenie literalne, określenie wprost; por. G. Orwell, *Polityka i język angielski*, [w:] *Jak mi się podoba*, tłum. M. Szuster, Aletheia, Warszawa 2002, s. 256–272.

emocjonalnie jako emocjonalnie negatywnych. Psychologowie rozpoznają to jako przypadek **walencji emocjonalnej**[43], czyli rozumienia z perspektywy osobistych doświadczeń (np. czytelnika) przeżytych kiedyś lub wyobrażonych pod wpływem obrazów sytuacji, dzięki czemu zjawiska są opisywane/odbierane i wartościowane jako np. odpychające lub przynajmniej negatywne, a zatem obdarzone walencją negatywną, która w naszym przypadku najprawdopodobniej spowoduje postawę dystansującą się od „bohatera materiału dziennikarskiego – mecenasa Adama K.".

Walencja jest wynikiem analizy semantycznej wyrażeń, które można ocenić jako bodźce (wektory) niekorzystne lub szkodliwe (w przeciwieństwie do walencji pozytywnej, w której dystans wobec opisywanych wydarzeń zmniejsza się, ponieważ są one oceniane i interpretowane jako dobre lub korzystne). Walencja emocjonalna jest tą dymensją znaczenia, która w rozumieniu psychologów aktywowana zostaje najwcześniej jako nie zawsze kontrolowany afekt[44], jest zatem rodzajem bodźca, który warunkuje dalsze interpretacje znaczenia informacji warunkowane wspólnotą horyzontu konotacyjnego, pojmowanego też jako wspólnota emocji. Chociaż są one przeżywane indywidualnie, to jednak możemy mówić o pewnych wzorcach emocji oraz emocjach uniwersalnych, które wraz z procesem socjalizacji są przyswajane, a to pozwala nam być w świecie innych ludzi.

Są one związane z uniwersalnymi symbolami (takimi jak: *matka*, *dom*, *rodzina*, a w naszym przykładzie: *kraty*, *afera*). Emocje nie sytuują się w samym słowie, lecz w tym, co to słowo znaczy dla kogoś, kto go w danej sytuacji i kontekście używa i czy niesie **dla niego** jakiś ładunek emocjonalny. Aspekt indywidualny (subiektywny) splata się z aspektem społecznym sfery emocjonalnej, ponieważ grupy społeczne to także grupy posiadające wspólny *kontekst emocjonalny*, wspólnotę horyzontu konotacyjnego, gdzie symbole i słowa wyznaczają mniej więcej tę samą przestrzeń konceptulaną, to znaczy, że z tymi samymi słowami, symbolami i obrazami łączone są akceptowane przez daną społeczność te same sensy. Zjawisko kojarzenia sensów wspólnych wiąże się z obrazowaniem, czyli wywoływaniem nie tyle słowa o jakiejś funkcji gramatycznej czy stylistycznej, co **słowa-obrazu**, rozumianego jako element sieci skojarzeń, nawarstwionych na słowie dzięki jego historii wchodzenia w różne konteksty i jego zdolności do budowania własnych kontekstów emocjonalnych. Arlie Hochschild emocje definiuje właśnie jako współpracę ciała, przez które się ujawniają, z obrazem, myślą i wspomnieniem[45].

[43] Por. K. Bromberek-Dyzman, *op. cit*., s. 15.

[44] Afekt rozumiem w tym wypadku tak, jak rozumieją to Gelles Deleuze i Felix Guattari – jako impuls, rodzaj akordu, por. G. Deleuze, F. Guattari, *Co to jest filozofia*, tłum. P. Pieniążek, słowo/obraz terytoria, Gdańsk 2000, s. 180–183.

[45] R. A. Hochschild, *Praca emocjonalna…*, *op. cit.*, s. 213.

Prawdopodobnie nie istnieją słowa czy formy językowe, które nie mogą mieć lub w pewnych okolicznościach nie mogą uzyskać wymiaru emotywnego, nawet gdy mamy do czynienia ze słowami synsemantycznymi, jak operatory składniowe, np. łączniki. Przykładem może być głośna sprawa pewnego spójnika, który spowodował prawomocny wyrok sądowy na ówczesnej wiceminister kultury, przyczynił się do obalenia rządu, zmienił układ polityczny w Polsce, wywołał falę ogromnie emocjonalnej krytyki i miał w gruncie rzeczy wpływ na późniejsze losy polityczne. Tym słowem był spójnik *lub* w wyrażeniu „lub czasopisma" usuniętym z tekstu projektu nowelizacji Ustawy o radiofonii i telewizji. Usunięcie tego wyrażenia wywołało ogromne emocje, a samo wyrażenie, ale też i znaczący prawnie spójnik, było katalizatorem emocji politycznych na skalę ogólnopolską[46]. A zatem każdy wyraz, frazem, idiom czy kolokacja może stać się wyrażeniem (wyrazem) o dymensji emocjonalnej, składnikiem języka emocjonalnego, gdy natrafi na właściwy kontekst i sytuację.

Bibliografia

Barańczak S., *Czytelnik ubezwłasnowolniony*, Libella, Paryż 1983.

Bauer Z., *Gatunki dziennikarskie*, [w:] *Dziennikarstwo i świat mediów*, red. Z. Bauer, E. Chudziński, Universitas, Kraków 2000.

Bromberek-Dyzman K., *Język emocji a język ironii w pragmatyce eksperymentalnej*, „Studia z Kognitywistyki i Filozofii Umysłu" 2011, t. 5, nr 1.

Clore G. C., *Dlaczego przeżywamy emocje*, [w:] *Natura emocji*, red. P. Ekman, R. J. Davidson, tłum. B. Wojciszke, GWP, Gdańsk 2002.

Cushman F., Young L., Hauser M., *The Role of Conscious Reasoning and Intuition in Moral Judgement. Testing Three Principles of Harm*, „Psychological Science" 2006, vol. 12.

Deleuze G., Guattari F., *Co to jest filozofia*, tłum. P. Pieniążek, słowo/obraz terytoria, Gdańsk 2000.

Devlin K., *Żegnaj Kartezjuszu. Rozstanie z logiką w poszukiwaniu nowej kosmologii umysłu*, tłum. B. Stanosz, Prószyński i S-ka, Warszawa 1999.

Doliński D., *Ekspresja emocji. Emocje podstawowe i pochodne*, [w:] J. Strelau, *Psychologia ogólna*, t. 2, rozdz. 26, GWP, Gdańsk 2002.

Dziarnowska W., Przybysz P., *Emocje moralne jako podstawa zmysłu moralnego. Defekty zmysłu moralnego*, „Rocznik Kognitywistyczny" 2011, vol. 4.

Ekman P., *Emocje ujawnione*, tłum. W. Białas, Helion, Gliwice 2012.

[46] Samo wyrażenie *lub czasopisma* funkcjonowało jako samodzielna nazwa, por. tytuł doniesienia na stronie internetowej TVN 24 z 19 lipca 2011 roku: tytuł: *Aleksandra Jakubowska skazana za „**lub czasopisma**"* oraz lid: „Aleksandra Jakubowska, zwana «lwicą lewicy» usłyszała wyrok ws. «**lub czasopisma**». Sąd skazał ją na osiem miesięcy w zawieszeniu na dwa lata".

Fisher R., Shapiro D., *Emocje w negocjacjach. Jak je wykorzystać nie tylko w biznesie*, tłum. Z. Kościuk, Wydawnictwo Santorski, Warszawa 2009.

Francuz P., *Strach i lęk w reklamie politycznej*, https://www.kul.pl/files/105/FRANCUZ2007Strach.pdf [dostęp: 22.07.2016].

Furman W., Kaliszewski A., Wolny-Zmorzyński K., *Gatunki dziennikarskie*, *Specyfika ich tworzenia i redagowania*, Wyższa Szkoła Zarządzania w Rzeszowie, Rzeszów 2000.

Gajdzińska A., *Jak mówimy o uczuciach? Poprzez analizę frazeologizmów do językowego obrazu świata*, [w:] *Językowy obraz świata*, red. J. Bartmiński, Wydawnictwo UMCS, Lublin 1990.

Geertz C., *Interpretacja kultur. Wybrane eseje*, tłum. M. M. Piechaczek, Wydawnictwo UJ, Kraków 2005.

Grabias S., *O ekspresywności języka*, Wydawnictwo UMCS, Lublin 1981.

Hochschild A. R., *Praca emocjonalna, reguły odczuwania i struktura społeczna*, [w:] *Emocje w kulturze*, red. M. Rajtar, J. Straczuk, tłum. K. Sekerdej, Wydawnictwa UW, Warszawa 2012.

Hochschild A. R., *The Commercial Spirit of Intimate Life and Other Essays*, University of California Press, Berkeley 2003.

Hochschild A. R., *Zarządzanie emocjami. Komercjalizacja ludzkich uczuć*, tłum. J. Konieczny, PWN, Warszawa 2009.

Izard C., *Human emotions*, Plenum Press, New York 1977.

Jabłoński W., *Kreowanie informacji. Media relations*, PWN, Warszawa 2006.

Kępa-Figura D., *Gatunek mowy „informacja" – czy to możliwe*?, [w:] *Komunikacja. Tradycja i innowacje*, red. M. Karwatowska, A. Siwiec, Wydawnictwo UMCS, Chełm 2013.

Lakoff G., *Kobiety, ogień i rzeczy niebezpieczne. Co kategorie mówią o umyśle*, tłum. M. Buchta, A. Kotarba, A. Skucińska, Universitas, Kraków 2011.

Laskowska E., *Operatory emotywne w publicystyce na przykładzie felietonów Aleksego Awdiejewa*, www.ukw.edu.pl/download/7338/referat.doc [dostęp: 22.01.2017].

Łątka E., *Czy mówienie o emocjach w języku obcym jest możliwe? O potrzebie rekonstruowania skryptów kulturowych wyrażania emocji dla glottodydaktyki polszczyzny*, „Acta Universitatis Lodziensis. Kształcenie Polonistyczne Cudzoziemców" 2012, nr 19.

Macagno F., *The Argumentative Uses of Emotive Language*, „Revista Iberoamericana de Argumentación" October 4, 2010, Forthcoming. SSRN, http://ssrn.com/abstract=1739820 [dostęp: 22.01.2017].

Macagno F., Walton D., *Emotive Language in Argumentation*, Cambridge University Press, Cambridge 2014.

Margalit A., *Emocje przypomniane*, [w:] *Historie afektywne i polityka pamięci*, red. E. Wichrowska, A Szczepan-Wojnarska, R. Sendyka, R. Nycz, tłum. T. Kunz, IBL, Warszawa 2015.

McQuail D., *Teoria komunikowania masowego*, tłum. M. Bucholc, A. Szulżycka, PWN, Warszawa 2007.

Nowakowska-Kempna I., *Konceptualizacja uczuć w języku polskim. Prolegomena*, WSP TWP, Warszawa 1995.

Nowakowska-Kempna I., *Konstrukcje zdaniowe z leksykalnymi wykładnikami predykatów uczuć*, Wydawnictwo UŚ, Katowice 1986.
Nowakowski P., *Emocjonalne podłoże wypowiedzi językowych. Zarys problematyki z perspektywy biolingwistyki*, „Język. Komunikacja. Informacja" 2006, nr 1, red. P. Nowak, P. Nowakowski.
Obuchowski K., *Kody umysłu i emocje*, Wydawnictwo WSH-E, Łódź 2004.
Ong W., *Oralność i piśmienność. Słowo poddane technologii*, tłum. J. Japola, Wydawnictwa UW, Warszawa 2009.
Orwell G., *Polityka i język angielski*, [w:] *Jak mi się podoba*, tłum. M. Szuster, Aletheia, Warszawa 2002.
Pisarek W., *Język służy propagandzie*, RSW „Prasa–Książka–Ruch", Kraków 1976.
Pleszczyński J., *Epistemologia komunikacji medialnej*, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2013.
Pleszczyński J., *Etyka dziennikarska*, Difin, Warszawa 2007.
Słownik języka polskiego, red. S. Doroszewski, t. 2, PWN, Warszawa 1965.
Turner J. H., Stets J. E., *Socjologia emocji*, tłum. M. Bucholc, PWN, Warszawa 2009.
Warchala J., Skudrzyk A., *Kultura piśmienności młodego pokolenia*, Wydawnictwo UŚ, Katowice 2010.
Wawrzyniak M., *Aleksytymia i neurotyzm: różnicowanie i werbalizacja emocji podstawowych*, „Przegląd Psychologiczny" 2002, nr 1.
Wężowicz-Ziółkowska D., *Moc narrativum. Idee biologii we współczesnym dyskursie humanistycznym*, Wydawnictwo UŚ, Katowice 2008.
Wierzbicka A., *Emocje. Język i „skrypty kulturowe"*, [w:] A. Wierzbicka, *Język – umysł – kultura*, red. J. Bartmiński, tłum. J. Szpyra, PWN, Warszawa 1999.
Wierzbicka A., *Język i metajęzyk: kwestie kluczowe w badaniach nad emocjami,* [w:] *Emocje w kulturze*, red. M. Rajtar, J. Straczuk, tłum. A. Burek, Wydawnictwa UW, Warszawa 2012.
Wierzbicka A., *Mówienie o emocjach. Semantyka, kultura i poznanie*, [w:] A. Wierzbicka, *Język – umysł – kultura*, red. J. Bartmiński, tłum. P. Kornacki, PWN, Warszawa 1999.
Wojtak M., *Gatunki prasowe*, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2004.
Wolny-Zmorzyński K., *Jaka informacja? Rzecz o percepcji fotografii dziennikarskiej*, Wydawnictwo UJ, Kraków 2010.
Zakrzewska L., *Informacja*, [w:] *Dziennikarstwo od kuchni*, red. A. Niczyperowicz, PWP Iuris, Poznań 2001.

*E. Jurga-Wosik, A. Stępińska, D. Narożna, B. Secler, K. Adamczewska**
Uniwersytet im. Adama Mickiewicza

MIĘDZY INFORMACJĄ A KOMENTARZEM: POLSKI MODEL DZIENNIKARSTWA W ŚWIETLE BADAŃ EMPIRYCZNYCH

Wprowadzenie

Celem niniejszego artykułu jest prezentacja wyników badań poświęconych specyfice informacyjnych gatunków dziennikarskich w Polsce. Przedmiotem analizy jest stopień zaangażowania dziennikarzy w komentowanie i ocenianie prezentowanych przez nich w materiałach informacyjnych zjawisk, wydarzeń i osób.

Prowadzone badania empiryczne stanowią część międzynarodowego projektu badawczego „Journalistic Role Performance Around the Globe" kierowanego przez Claudię Mellado z Pontificia Universidad Catolica de Valparaiso w Chile i Leę Hellmueller z University of Houston w USA. Stronę polską reprezentują w nim badacze z Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza (Wydział Nauk Politycznych i Dziennikarstwa) – Agnieszka Stępińska (kierownik projektu), Ewa Jurga-Wosik, Dominika Narożna, Bartłomiej Secler i Kinga Adamczewska. Zadaniem tego naukowego przedsięwzięcia jest przeprowadzenie międzynarodowych badań porównawczych zarówno nad postrzeganiem funkcji mediów i ról dziennikarzy (badanie ankietowe wśród dziennikarzy), jak i nad ich faktycznym pełnieniem (analiza zawartości przekazów medialnych). Odrębna część w tym projekcie została poświęcona potencjalnym adeptom dziennikarstwa (badanie ankietowe wśród studentów kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna).

Zaproponowany schemat analizy stanowi połączenie badań kwestionariuszowych z analizą zawartości przekazów, prowadzonych w oparciu o model sformułowany na podstawie teorii normatywnych i wcześniejszych badań nad dziennikarzami[1]. Do ilościowej analizy zawartości przekazów medialnych ujętych w czterech dziennikach: „Gazecie Wyborczej", „Rzeczpospolitej", „Naszym Dzienniku"

* Ewa Jurga-Wosik, Agnieszka Stępińska, Dominika Narożna, Bartłomiej Secler, Kinga Adamczewska.

[1] Szerzej – A. Stępińska, S. Ossowski, *Społeczne oczekiwania a autostereotyp dziennikarzy polskich w XXI wieku*, [w:] *Stereotypy w obszarze społecznym i politycznym*, red. B. Pająk-Patkowska, Wydawnictwo Naukowe WNPiD UAM, Poznań 2011, s. 33–46; A. Stępińska, S. Ossowski, *Dziennikarze w Polsce: wartości, priorytety i standardy zawodowe*, „Studia Medioznawcze" 2011,

i „Fakcie" zastosowano książkę kodową. Tytuły prasowe wybrano, kierując się następującymi kryteriami: (1) wysokością nakładu i czytelnictwa; (2) typem (prasa opiniotwórcza/tabloid); (3) orientacją polityczną organizacji medialnej. Materiał badawczy pochodzi z lat 2012–2013, w ramach którego poddano analizie łącznie 1130 artykułów poświęconych tematyce krajowej, zamieszczonych w głównej części wydania.

Gatunki dziennikarskie

Artykuł dotyczy *gatunków dziennikarskich prasowych* (tj. rodzaju prasowego), czyli *gatunków prasowych* odnoszących się do wypowiedzi dziennikarskich zamieszczonych w prasie tradycyjnej[2]. Hipoteza zakłada, że polscy dziennikarze w gatunkach informacyjnych stosują autorski komentarz. Poddane analizie gatunki są definiowane zgodnie z zaleceniem Marii Wojtak jako:

> […] twory abstrakcyjne (model, wzorzec) mające jednak różnorodne konkretne realizacje w formie wypowiedzi, a także jako zbiór konwencji, które podpowiadają członkom określonej wspólnoty komunikatywnej, jaki kształt nadać konkretnym interakcjom[3].

Informacja w badaniach występuje jako *gatunek* lub jako *funkcja tekstu*. W tym pierwszym kontekście należy wspomnieć o typologii Jana Trzynadlowskiego, który wyróżnił *gatunki autochtoniczne* (przypisane dla prasy) i *ksenochtoniczne* (pochodzące z innych kręgów piśmiennictwa)[4]. Do wspomnianego podziału odwołuje się także Edward Chudziński[5]. W literaturze przedmiotu znany jest oprócz dwóch typów najczęściej spotykanych – *gatunków informacyjnych* i *publicystycznych*, także trzeci – zawierający: *gatunki dziennikarsko-estetyczne*, *dziennikarsko-literackie*, *informacyjno-publicystyczne* czy tzw. *większe gatunki* (m.in. wywiad, reportaż, esej)[6].

nr 1, s. 17–30; A. Stępińska, S. Ossowski, *Kariera, kontrola, służba społeczna – postawy różnych pokoleń polskich dziennikarzy*, [w:] *Studia nad dziennikarstwem*, red. I. Hofman, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2011, s. 43–62.

[2] M. Wojtak, *Gatunki prasowe*, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2004, s. 305; eadem, *Metamorfozy gatunków prasowych*, [w:] *Współczesne media. Status, aksjologia, funkcjonowanie*, red. I. Hofman, D. Kępa-Figura, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2009, s. 362.

[3] Eadem, *Gatunki prasowe*, *op. cit.*, s. 16.

[4] J. Trzynadlowski, *W kręgu wyznaczników form dziennikarskich*, [w:] *Metody i techniki badawcze w prasoznawstwie*, t. 2, red. M. Kafel, Wydawnictwa UW, Warszawa 1970, s. 115.

[5] E. Chudziński, *Felieton. Geneza i ewolucja gatunku*, [w:] *Dziennikarstwo i świat mediów*, red. Z. Bauer, E. Chudziński, Universitas, Kraków 2000, s. 197.

[6] K. Wolny-Zmorzyński, A. Kaliszewski, *Rodzaje i gatunki dziennikarskie*, [w:] *Prasowe gatunki dziennikarskie*, red. K. Wolny-Zmorzyński, A. Kaliszewski, J. Snopek, W. Furman, Wydawnictwo Poltext, Warszawa 2014, s. 22.

Jednocześnie należy stwierdzić, że informacja w polskich badaniach najczęściej analizowana jest jako funkcja tekstu. Formułowany jest również *postulat*, a nawet *dyrektywa* – jak zauważa Maria Wojtak – „aby w wypowiedziach dziennikarskich oddzielić informację od komentarza”[7]. W istocie dochodzi do podziału na *gatunki informacyjne*, które pełnią funkcję powiadamiania i *gatunki publicystyczne* o funkcji interpretacyjnej i perswazyjnej[8]. Zasygnalizowany podział na gatunki informacyjne i publicystyczne, zdaniem Kazimierza Wolnego-Zmorzyńskiego, należy uzupełnić o trzeci rodzaj – grupę *gatunków pogranicznych* (wywiad, debata i hipertekst), które spełniają częściowo zarówno funkcję informacyjną, jak i publicystyczną[9]. Jednakże, jak słusznie zauważono (Walery Pisarek, Małgorzata Lisowska-Magdziarz), granice między gatunkami są płynne, bowiem brakuje powszechnie uznawanego rejestru gatunków[10]. Przychylając się do opinii Lisowskiej-Magdziarz, współcześnie dla medioznawców i krytyków:

> […] próba budowania genologii medialnej […] jest wysiłkiem na rzecz odnalezienia wewnętrznych mechanizmów i porządku oraz zbudowania narzędzi, które pozwalałyby lepiej zrozumieć media[11].

Gatunkami informacyjnymi są wiadomości – przekazywane w sposób zwarty i rzeczowy, bliskie faktom, zjawiskom czy zdarzeniom[12]. Gatunki informacyjne w swojej podstawie mają odpowiadać na pytania – Kto? Co? Gdzie? Kiedy? Jak? Dlaczego? Z jakim skutkiem?, a ich budowa ma polegać na odwróconej piramidzie[13]. Ponadto ważne jest spełnienie postulatu obiektywizmu, co może oznaczać między innymi depersonalizację komunikatu[14].

W latach 90. ubiegłego stulecia środowisko polskich medioznawców uważało, iż model polskiego dziennikarstwa bliższy jest modelowi południowoeuropejskie-

[7] M. Wojtak, *Gatunki prasowe*, *op. cit.*, s. 30; M. Kunczik, A. Zipfel, *Wprowadzenie do nauki o dziennikarstwie i komunikowaniu*, Wydawnictwo Naukowe SCHOLAR, Warszawa 2000, s. 132.

[8] Z. Bauer, *Gatunki dziennikarskie*, [w:] *Dziennikarstwo i świat mediów*, red. Z. Bauer, E. Chudziński, Universitas, Kraków 2000, s. 149; por. J. Fras, *Dziennikarski warsztat językowy*, Wydawnictwo UWr, Wrocław 1999; M. Szulczewski, *Informacja*, [w:] *Teoria i praktyka dziennikarska*, red. B. Golka, M. Kafel, Z. Mitzner, PWN, Warszawa 1964, s. 91–92; I. Tetelowska, *Informacja – odrębny gatunek dziennikarski*, [w:] *Szkice prasoznawcze*, red. P. Dubiel, W. Pisarek, OBP RSW „Prasa”, Kraków 1972, s. 46; K. Wolny-Zmorzyński, A. Kaliszewski, *op. cit.*, s. 19.

[9] K. Wolny-Zmorzyński, *op. cit.*, s. 24.

[10] W. Pisarek, *Gatunek dziennikarski: Informacja prasowa*, „Zeszyty Prasoznawcze” 1993, z. 3–4, s. 156; M. Lisowska-Magdziarz, *Pytanie o genologię mediów w kulturze partycypacji. Próba rekonesansu metodologicznego*, [w:] *Gatunki i formaty we współczesnych mediach*, red. W. Godzic, A. Kozieł, J. Szylko-Kwas, Wydawnictwo Poltext, Warszawa 2015, s. 21.

[11] M. Lisowska-Magdziarz, *op. cit.*, s. 21.

[12] Z. Bauer, *op. cit.*, s. 146–147.

[13] M. Wojtak, *Gatunki prasowe*, *op. cit.*, s. 32; W. Pisarek, *op. cit.*, s. 158.

[14] M. Wojtak, *Gatunki prasowe*, *op. cit.*, s. 31.

mu (śródziemnomorskiemu – za: D. Hallin i P. Mancini), w którym komentarz ze strony dziennikarza towarzyszy informacji[15]. Jego przeciwieństwem był model liberalny, w ramach którego genologia wskazywała na rozdział pomiędzy informacją i komentarzem[16]. Współcześnie badacze modelu liberalnego w USA zwracają uwagę, iż obniżyła się jakość mediów informacyjnych i profesjonalizm dziennikarski (B. Dobek-Ostrowska za: D. Hallin, P. Mancini)[17]. Obecnie również polski system medialny, jak wskazuje Bogusława Dobek-Ostrowska, znajduje się pomiędzy modelem liberalnym a modelem spolaryzowanego pluralizmu (choć pojawiają się cechy przypisywane do modelu demokratycznego korporacjonizmu), co więcej, miejsce paralelizmu politycznego zajmuje instrumentalizacja polityczna i ekonomiczna[18]. Nie zmienia to faktu, iż publicystyka jest zakorzeniona w polskiej tradycji i kulturze dziennikarskiej i jak stwierdza Dobek-Ostrowska:

> Ten gatunek prasowy, nieobecny lub słabo rozwinięty w zachodnich systemach medialnych, jest typowy dla polskiego dziennikarstwa i współistnieje z innymi formatami zorientowanymi na informację, charakterystycznymi dla modelu liberalnego[19].

Gatunki, a także odmiany gatunkowe, które łączą w sobie cechy informacji i publicystyki, Wojtak nazywa *poruszonymi* lub *mieszanymi*[20]. Dziennikarskimi gatunkami prasowymi, tzw. poruszonymi i mieszanymi według badaczki są między innymi notatka z dominantą publicystyczną, wiadomość z dominantą publicystyczną oraz komentarz autonomiczny (stonowany) i nieautonomiczny[21]. Gatunkami informacyjnymi będą natomiast notatka z dominantą informacyjną i wiadomość z dominantą informacyjną[22]. W badaniach polskich (M. Wojtak) i międzynarodowych („Journalistic Role Performance Around the Globe") nad informacją można dostrzec różnice w jej konstrukcji metodologicznej (zob. tab. 1), jednakże końcowe wnioski wykazują podobieństwa, co zostało zauważone przez Marię Wojtak podczas wpisanej w jubileusz XL-lecia jej pracy naukowej konferencji „Współczesne media – gatunki w mediach"[23]. Przykładowo, w badaniach „Journalistic

[15] B. Dobek-Ostrowska, *Polski system medialny na rozdrożu. Media w polityce, polityka w mediach*, Wydawnictwo UWr, Wrocław 2011, s. 19; D. C. Hallin, P. Mancini, *Systemy medialne. Trzy modele mediów i polityki w ujęciu porównawczym*, Wydawnictwo UJ, Kraków 2007, s. 39; *ibidem*, s. 100.

[16] D. C. Hallin, P. Mancini, *op. cit.*, s. 201.

[17] B. Dobek-Ostrowska, *op. cit.*, s. 172.

[18] *Ibidem.*

[19] *Ibidem*, s. 45.

[20] M. Wojtak, *Gatunki prasowe*, *op. cit.*, s. 36.

[21] *Ibidem*, s. 306.

[22] *Ibidem.*

[23] Konferencja ogólnopolska – „Współczesne media – gatunki w mediach", Wydział Politologii UMCS w Lublinie, 4.04–5.04.2016.

Role Performance Around the Globe" (2014) – opis jako gatunek prasowy pod względem objętości jest zbliżony do reportażu i jest opisem wydarzenia, przeżyć, których doświadczył dziennikarz lub których był świadkiem, a także opisem zawierającym dialogi, hiperbole, charakterystykę miejsca i ludzi. Natomiast reportaż w tym samym projekcie charakteryzuje się objętością większą niż w przypadku artykułu, a także – prezentacją faktów oraz ich pogłębioną analizą (może obejmować dodatkowe informacje zaprezentowane w postaci odrębnych ramek lub wykresów).

Tab. 1. Informacja o badaniach

Maria Wojtak (2004)	„Journalistic Role Performance Around the Globe" (2014)
Notatka prasowa (informacja poszerzona)	Notatka prasowa (informacja poszerzona)
Wiadomość prasowa (informacja pełna)	Artykuł (informacja pełna)
Reportaż (informacja zobrazowana)	Opis (informacja zobrazowana)
Komentarz prasowy (informacja zinterpretowana)	Reportaż (informacja zinterpretowana)

Źródło: Por. M. Wojtak, *Gatunki prasowe*, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2004; opracowanie własne na podstawie projektu: „Journalistic Role Performance Around the Globe" (2014).

Badania nad postrzeganiem ról i ich pełnieniem przez polskich dziennikarzy

Analizując role, jakie pełnią polscy dziennikarze, warto porównać wytyczne warsztatu dziennikarskiego z deklaracjami dziennikarzy odnośnie do ważności ich obowiązków, szczególnie w wymiarze ideałów i wartości dziennikarskich. W tym celu można się posłużyć badaniami empirycznymi, które przeprowadzono w ramach międzynarodowego projektu „Journalism in change. Journalistic culture in Russia, Poland and Sweden" w latach 2011–2014, w Polsce kierowanymi przez Bogusławę Dobek-Ostrowską z Uniwersytetu Wrocławskiego. Wynika z nich, że wśród obowiązków dziennikarza dla tej grupy zawodowej istotne były: obiektywne prezentowanie informacji (93% respondentów-dziennikarzy), przedstawianie różnych opinii (93%), bycie niezależnym od określonych interesów (91%) i krytykowanie niesprawiedliwości (91%), zatem wskazywano na obiektywizm, pluralizm oraz funkcję kontrolną mediów[24]. Jednocześnie te same badania pokazały, że nastąpiło obniżenie jakości dziennikarstwa – taką opinię wyraziło 62% dziennikarzy, a tylko mniej niż 1/3 respondentów (29%) uznało, że polscy dziennikarze wypełniają obowiązki wobec społeczeństwa[25].

[24] B. Dobek-Ostrowska, P. Barczyszyn, A. Michel, *Zmiany w dziennikarstwie. Kultura zawodowa polskich dziennikarzy (badania ilościowe)*, „Studia Medioznawcze" 2013, nr 1, s. 18.

[25] *Ibidem*, s. 18–19.

Celem informacji jest ukazanie intersubiektywnego obrazu świata, a celem komentarza – ujawnienie własnego stanowiska. Należy nadmienić, że komentarz, jako gatunek opiniotwórczy, pełni nie tylko funkcję perswazyjną, ale cechuje go również rzeczowa argumentacja[26]. Komentarzem jest wyjawienie intencji wprost przez użycie np. liczby pojedynczej lub mnogiej, natomiast w materiałach prasowych pełniących funkcję informacyjną może pojawić się komentarz, w którym nadawca jest ukryty[27]. Badania dowodzą, iż komentarz jest bardziej zrozumiały i charakteryzuje się niższym stopniem oficjalności aniżeli „czysta" informacja, a zatem silniej wpływa na zachowania i postawę odbiorcy[28]. W projekcie „Journalistic Role Performance Around the Globe" komentarz pochodził od dziennikarza (m.in. opinia, żądanie, argumentacja, przypuszczenie, pisanie w pierwszej osobie, użycie przymiotników).

W polskich badaniach nad udziałem komentarza w informacji analizowano głównie metody wpływania na czytelnika, natomiast w mniejszym stopniu doszukiwano się intencji, jaką dany dziennikarz miałby realizować[29]. Dominowało pytanie o cel nadawcy – informacyjny czy perswazyjny (stąd odwołanie do teorii aktów mowy i aspektów ich tworzenia – illokucyjnego i perlokucyjnego)[30]. Jak stwierdziła Maria Wojtak, perswazja może ujawniać się we wszystkich komponentach wzorca gatunkowego: bezpośrednio w aspekcie pragmatycznym i poznawczym, a pośrednio w strukturalnym i stylistycznym[31]. Zdaniem Pawła Krzemińskiego, „ilość użytych środków perswazyjnych jest najbardziej miarodajna dla określenia miejsca danego materiału prasowego na osi informacja – komentarz"[32]. Ponadto, jak wskazała Danuta Kępa-Figura, powołując się na teorię Johna Fiske'a, dominującą funkcją wypowiedzi jest funkcja fatyczna i niezależnie od zróżnicowania gatunkowego komunikaty medialne zmierzają do nawiązania i podtrzymania kontaktu z odbiorcą[33]. Zdaniem badaczki, wyraźnie

[26] B. Bogołębska, *Retoryka pism codziennych na przykładzie „Gazety Wyborczej" i „Rzeczpospolitej"*, [w:] *Wypowiedź dziennikarska*, red. B. Bogołębska, A. Kudra, Wydawnictwo UŁ, Łódź 2008, s. 42.

[27] P. Krzemiński, *Jeszcze informacja czy już komentarz*, [w:] *Współczesne media. Wolne media?*, t. 3, red. I. Hofman, D. Kępa-Figura, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2010, s. 159.

[28] *Ibidem*, s. 160; por. D. Kępa-Figura, *Mówię, więc jestem – problem intencjonalności w programach informacyjnych*, [w:] *Komunikowanie (się) w mediach elektronicznych*, red. M. Filiciak, G. Ptaszek, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2009, s. 146–166.

[29] P. Krzemiński, *op. cit.*, s. 159.

[30] *Ibidem*, s. 160.

[31] M. Wojtak, *Gatunki prasowe*, *op. cit.*, s. 16.

[32] P. Krzemiński, *op. cit.*, s. 160.

[33] D. Kępa-Figura, *Intencje (czy intencja) nadawców medialnych, czyli fatyczność współczesnej komunikacji medialnej*, [w:] *Współczesne media. Status, aksjologia, funkcjonowanie*, t. 1, red. I. Hofman, D. Kępa-Figura, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2009, s. 419.

widoczna jest tendencja do przechodzenia od „czystej" informacji w kierunku komentarza[34].

Prezentacja wyników

Badania empiryczne przeprowadzone w ramach projektu „Journalistic Role Performance Around the Globe" potwierdziły wcześniejsze obserwacje. W tabloidowym „Fakcie" blisko połowa materiałów (45%) nie zawierała wskazania źródła lub nie prezentowała żadnych punktów widzenia. W „Naszym Dzienniku" podobna część materiałów przedstawiała tylko jeden punkt widzenia (brak równowagi). Prezentacja różnych punktów widzenia i przywołanie różnych źródeł ukazujących odmienne spojrzenie przeważały natomiast w „Gazecie Wyborczej" (60% materiałów prasowych) oraz w „Rzeczpospolitej" (ponad 65% analizowanego materiału) – zob. wykres 1.



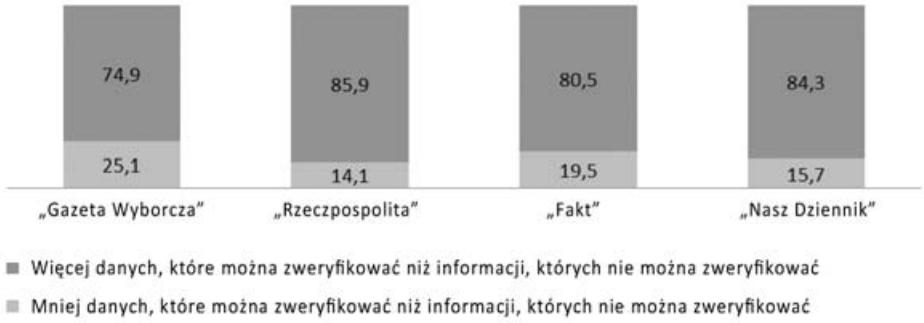
Wykres 1. Przywołanie źródeł (dane w procentach)

Źródło: Opracowanie własne na podstawie projektu „Journalistic Role Performance Around the Globe" (2014).

Wyniki analizy materiałów prasowych w polskich dziennikach ujawniły, że bez względu na profil pisma w gatunkach informacyjnych występuje więcej danych, które można zweryfikować niż informacji, których nie można zweryfikować, co może świadczyć nie tylko o istocie gatunków informacyjnych, bazujących

[34] P. Krzemiński, *op. cit.*, s. 161.

na rzetelnej, sprawdzonej informacji, ale i o profesjonalizacji dziennikarstwa (zob. wykres 2). Prezentowanie faktów możliwych do zweryfikowania dotyczy 85,9% materiałów prasowych w „Rzeczpospolitej", 84,3% materiałów w „Naszym Dzienniku" oraz 80,5% artykułów w „Fakcie", a także blisko 75% materiałów w „Gazecie Wyborczej". Cecha ta jest szczególnie widoczna w materiałach prasowych określonych jako reportaż w „Gazecie Wyborczej" i „Rzeczpospolitej" (ponad 90% materiałów) oraz w publikacjach typu – notatka, artykuł i opis w „Naszym Dzienniku" (ponad 80% materiałów), także w notatkach i opisach w dzienniku „Fakt".

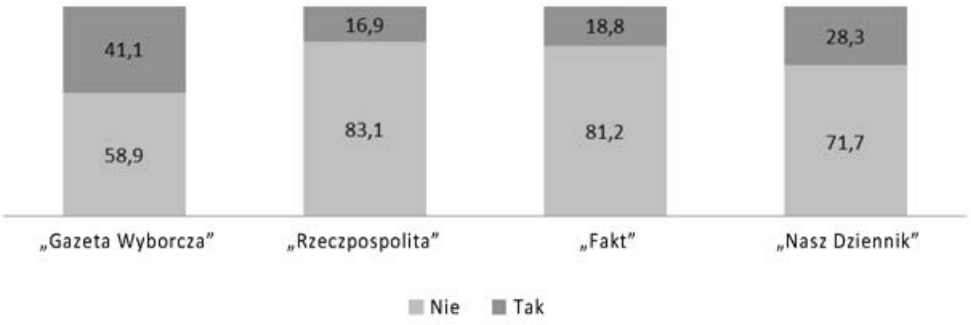


Wykres 2. Charakter danych (dane w procentach)

Źródło: Opracowanie własne na podstawie projektu „Journalistic Role Performance Around the Globe" (2014).

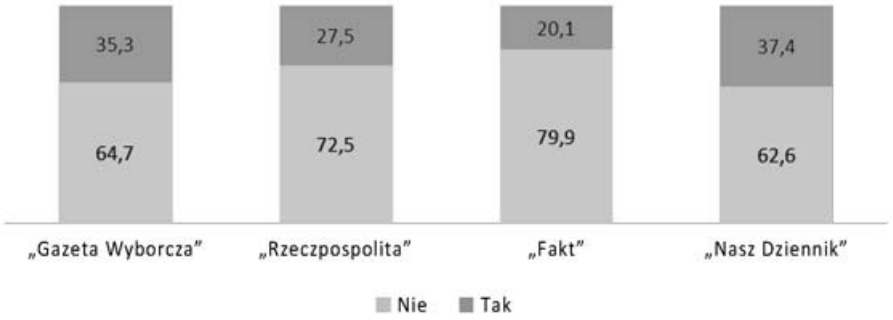
Wyniki badania pokazały także, że dziennikarze z poszczególnych mediów w różnym stopniu używają trybu przypuszczającego w materiałach informacyjnych. Widać wyraźnie, że ci z „Gazety Wyborczej" i „Naszego Dziennika" używają go częściej aniżeli dziennikarze „Rzeczpospolitej" i „Faktu" (zob. wykres 3). Tryb przypuszczający pojawił się w „Gazecie Wyborczej" w 41,1% analizowanych materiałów, w „Naszym Dzienniku" w 1/3 materiałów (28,3%) i blisko w 1/4 publikacji w „Rzeczpospolitej" (16,9%) oraz w „Fakcie" (18,8%). Najczęściej dziennikarze stosowali tryb przypuszczający w materiałach prasowych typu reportaż i opis.

Argumentacja sformułowana przez dziennikarza, chociaż występuje z różnym natężeniem w poszczególnych gatunkach informacyjnych (jednakże w ponad połowie materiałów – w opisie i reportażu), to ostatecznie nie dominuje w polskich dziennikach (zob. wykres 4). Argumentacja pojawiła się w blisko 1/3 materiałów opublikowanych w „Naszym Dzienniku" (37,4%) i w „Gazecie Wyborczej" (35,3%) oraz w 1/4 materiałów w „Rzeczpospolitej" (27,5%) i w „Fakcie" (20,1%).



Wykres 3. Tryb przypuszczający użyty przez dziennikarza (dane w procentach)

Źródło: Opracowanie własne na podstawie projektu „Journalistic Role Performance Around the Globe" (2014).

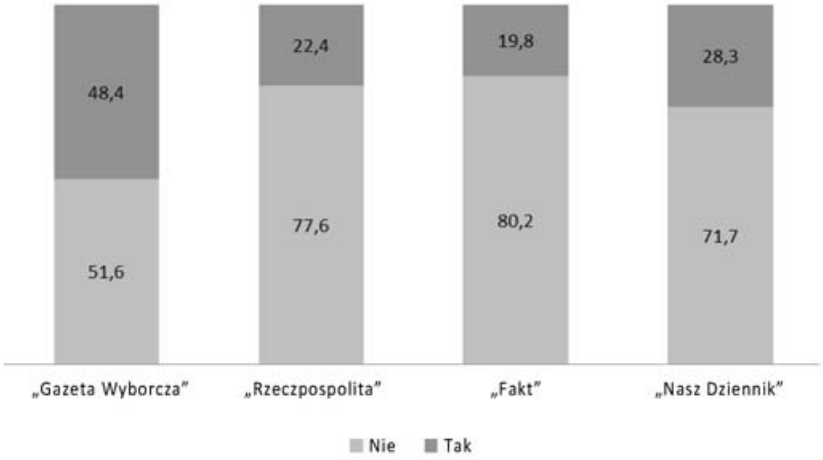


Wykres 4. Argumentacja ze strony dziennikarza (dane w procentach)

Źródło: Opracowanie własne na podstawie projektu „Journalistic Role Performance Around the Globe" (2014).

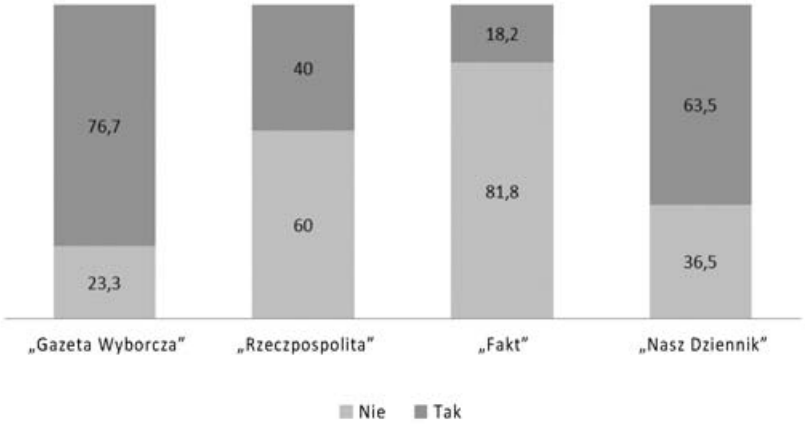
Analizowane gatunki informacyjne zawierały także opinie dziennikarzy (zob. wykres 5). Najwyższy wskaźnik obecności opinii sformułowanej przez dziennikarza przygotowującego materiał informacyjny odnotowany został w „Gazecie Wyborczej": blisko połowa wszystkich badanych materiałów (48,4%) zawierała własną opinię dziennikarza. Opinia dziennikarska zawarta była również w 1/3 materiałów prasowych „Naszego Dziennika" oraz w 1/4 materiałów w „Rzeczpospolitej" i w „Fakcie". Najczęściej dziennikarze zawierali swoją opinię w opisie i reportażu.

Interpretacja opisywanych wydarzeń dokonana przez dziennikarza (zob. wykres 6) pojawiła się w 2/3 materiałów prasowych „Gazety Wyborczej" (76,7%) oraz nieco mniej w „Naszym Dzienniku" (63,5%). W pozostałych tytułach prasowych mniej niż połowa materiałów zawierała interpretację: 40% w „Rzeczpospolitej" i 18,2% w „Fakcie". Wyniki badań empirycznych pokazały, iż wskaźnik



Wykres 5. Opinia dziennikarza (dane w procentach)

Źródło: Opracowanie własne na podstawie projektu „Journalistic Role Performance Around the Globe" (2014).



Wykres 6. Interpretacja dziennikarza (dane w procentach)

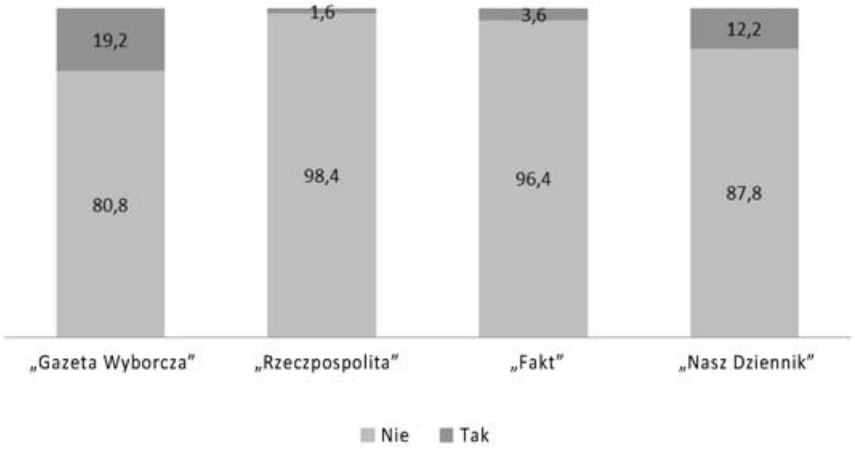
Źródło: Opracowanie własne na podstawie projektu „Journalistic Role Performance Around the Globe" (2014).

interpretacji, szczególnie widoczny w „Gazecie Wyborczej", wynosił blisko 90% w opisach, 86,9% w reportażu, 82,1% w notatkach i 68,3% w artykułach. Podobnie często interpretacja pojawiła się w reportażach w „Rzeczpospolitej" i w opisie w „Naszym Dzienniku" (ponad 80% materiałów).

O ile interpretacja i opinia dziennikarska występują często na łamach analizowanych dzienników, to formułowanie propozycji i żądań ze strony dziennikarza pojawia się rzadko. I tak w „Gazecie Wyborczej" 19,2% analizowanego mate-

riału zawierało wprost sformułowane przez dziennikarza żądanie lub propozycję, podczas gdy w „Naszym Dzienniku" – 12,2%, w „Fakcie" – 3,6%, a w „Rzeczpospolitej" – 1,6%. A zatem ponad 80% materiałów w „Gazecie Wyborczej" i w „Naszym Dzienniku", a w przypadku „Rzeczpospolitej" i „Faktu" nawet ponad 90% analizowanych publikacji nie zawierało żądań bądź propozycji ze strony dziennikarza (zob. wykres 7).

Najwyższy tego typu wskaźnik zanotowano w „Gazecie Wyborczej": 43% materiałów należących do kategorii *opis* zawierało propozycję sformułowaną przez dziennikarza. Element ten pojawił się także w 17% opisów w „Naszym Dzienniku" oraz w 4% reportaży w „Rzeczpospolitej" i 9,1% reportaży w „Fakcie".

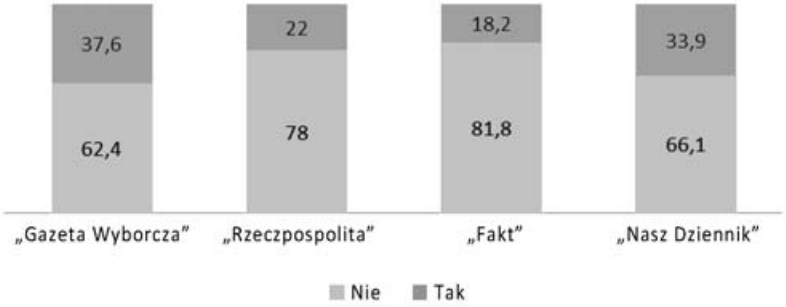


Wykres 7. Propozycje i żądania (dane w procentach)

Źródło: Opracowanie własne na podstawie projektu „Journalistic Role Performance Around the Globe" (2014).

Stosowanie przymiotników przez dziennikarzy – wyrażających w ten sposób swoją ocenę lub stosunek do opisywanej rzeczywistości – odnotowane zostało w ponad 30% materiałów informacyjnych w „Gazecie Wyborczej" oraz w „Naszym Dzienniku" oraz w około 20% materiałów w „Rzeczpospolitej" i w „Fakcie" (wykres 8). Dziennikarze najczęściej używali przymiotników w wypowiedzi dziennikarskiej typu *opis* – w „Gazecie Wyborczej" jest to blisko 70% materiałów prasowych, w „Rzeczpospolitej" – 40%, a w „Naszym Dzienniku" – 62,5%. Wyjątkiem jest „Fakt", gdzie najczęściej przymiotniki stosowane były przez dziennikarzy w reportażu – w 36,4% materiałów. Przymiotniki zostały użyte w reportażu również w „Gazecie Wyborczej" (41% materiałów), w „Rzeczpospolitej" i w „Fakcie" (36%) oraz w „Naszym Dzienniku" (60%). Przymiotniki pojawiają się też w notatce (35,7% materiałów) i w artykule (25,9%) w „Gazecie Wybor-

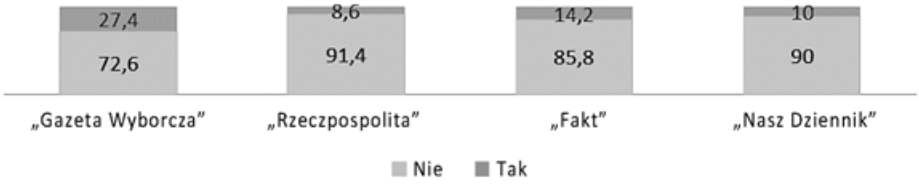
czej": jest ich w pierwszym przypadku trzykrotnie więcej, a w drugim dwa razy więcej niż w pozostałych badanych dziennikach.



Wykres 8. Użycie przymiotników przez dziennikarza (dane w procentach)

Źródło: Opracowanie własne na podstawie projektu „Journalistic Role Performance Around the Globe" (2014).

Pisanie przez dziennikarzy w pierwszej osobie jest domeną „Gazety Wyborczej": sformułowania takie pojawiają się w aż 27,4% materiału badawczego, podczas gdy w „Fakcie" w 14,2% materiałów informacyjnych, w „Naszym Dzienniku" w 10%, a w „Rzeczpospolitej" w 8,6% (zob. wykres 9). Dziennikarze „Gazety Wyborczej" piszą najczęściej w pierwszej osobie w materiałach zaliczanych do *opisu* (50,8% materiałów), podczas gdy w „Rzeczpospolitej" tego typu konstrukcja występuje w 14,5% artykułów, w „Fakcie" w 33,3% opisów, a w „Naszym Dzienniku" w 29,2% badanych materiałów opisów. Dziennikarze nie wypowiadali się ani razu w pierwszej osobie w „Rzeczpospolitej" w opisie i reportażu oraz w „Naszym Dzienniku" w notatce.



Wykres 9. Pisanie przez dziennikarzy w pierwszej osobie (dane w procentach)

Źródło: Opracowanie własne na podstawie projektu „Journalistic Role Performance Around the Globe" (2014).

Poddane badaniu dzienniki wykazały się wolą opiniotwórczą, szczególnie w złożonych materiałach informacyjnych – opisie i reportażu. Udział komentarza w materiale badawczym potwierdził, że polski model dziennikarstwa ma w tym kontekście charakter interwencyjny i realizuje się w dziennikarskich gatunkach prasowych poruszonych i mieszanych. Szczególną rolę w tym kontekście wypeł-

niają „Gazeta Wyborcza" i „Nasz Dziennik", w których wskaźnik opiniotwórczej i interpretacyjnej roli dziennikarzy jest wysoki.

Wyniki analizy ilościowej materiałów dziennikarskich potwierdzają to, co zauważyła Maria Wojtak, a mianowicie, iż zmieniają się składniki wzorca, szczególnie w aspekcie poznawczym i stylistycznym, a zatem „zmienia się jakość i skala paradoksów gatunku" (koncepcja skali paradoksów gatunku rozwinięta przez Wojtak, za: Stefania Skwarczyńska[35]), w istocie „[…] efekt niespodzianki czy efekt zawiedzionego oczekiwania – chwyty ważne dla publicystycznej zabawy – zyskują «dodatkową siłę rażenia» w przekazach informacyjnych"[36]. Wyniki potwierdzają również tezę zaprezentowaną przez Kazimierza Wolnego-Zmorzyńskiego i Andrzeja Kaliszewskiego, iż „gatunki informacyjne dążą zawsze ku publicystyce (z ich sumy wyłania się po czasie refleksja, informacja docelowo służy pogłębieniu, uogólnieniu)"[37].

A zatem, opierając się na badaniach w ramach projektu „Journalistic Role Performance Around the Globe", można stwierdzić, iż stopień zaangażowania polskich dziennikarzy pracujących w tytułach prasowych w komentowanie i ocenianie prezentowanych przez nich w materiałach informacyjnych zjawisk, wydarzeń i osób jest znaczący i wpisuje się nie tylko w model prasy o charakterze interwencyjnym, ale potwierdza także specyfikę polskiego modelu dziennikarstwa, pielęgnującego tradycje stosowania w wypowiedziach dziennikarskich komentarza jako nie tylko samoistnego autonomicznego gatunku.

Bibliografia

Bauer Z., *Gatunki dziennikarskie*, [w:] *Dziennikarstwo i świat mediów*, red. Z. Bauer, E. Chudziński, Universitas, Kraków 2000.

Bogołębska B., *Retoryka pism codziennych na przykładzie „Gazety Wyborczej" i „Rzeczpospolitej"*, [w:] *Wypowiedź dziennikarska*, red. B. Bogołębska, A. Kudra, Wydawnictwo UŁ, Łódź 2008.

Chudziński E., *Felieton. Geneza i ewolucja gatunku*, [w:] *Dziennikarstwo i świat mediów*, red. Z. Bauer, E. Chudziński, Universitas, Kraków 2000.

Dobek-Ostrowska B., *Polski system medialny na rozdrożu. Media w polityce, polityka w mediach*, Wydawnictwo UWr, Wrocław 2011.

Dobek-Ostrowska B., Barczyszyn P., Michel A., *Zmiany w dziennikarstwie. Kultura zawodowa polskich dziennikarzy (badania ilościowe)*, „Studia Medioznawcze" 2013, nr 1.

[35] J. Fras, *O typologii wypowiedzi medialnych i dziennikarskich*, Wydawnictwo UWr, Wrocław 2013, s. 103.

[36] M. Wojtak, *Metamorfozy…*, *op. cit.*, s. 372.

[37] K. Wolny-Zmorzyński, *op. cit.*, s. 25.

Fras J., *Dziennikarski warsztat językowy*, Wydawnictwo UWr, Wrocław 1999.
Fras J., *O typologii wypowiedzi medialnych i dziennikarskich*, Wydawnictwo UWr, Wrocław 2013.
Hallin D. C., Mancini P., *Systemy medialne. Trzy modele mediów i polityki w ujęciu porównawczym*, Wydawnictwo UJ, Kraków 2007.
Kępa-Figura D., *Intencje (czy intencja) nadawców medialnych, czyli fatyczność współczesnej komunikacji medialnej*, [w:] *Współczesne media. Status, aksjologia, funkcjonowanie*, t. 1, red. I. Hofman, D. Kępa-Figura, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2009.
Kępa-Figura D., *Mówię, więc jestem – problem intencjonalności w programach informacyjnych*, [w:] *Komunikowanie (się) w mediach elektronicznych*, red. M. Filiciak, G. Ptaszek, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2009.
Krzemiński P., *Jeszcze informacja czy już komentarz*, [w:] *Współczesne media. Wolne media?*, t. 3, red. I. Hofman, D. Kępa-Figura, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2010.
Kunczik M., Zipfel A., *Wprowadzenie do nauki o dziennikarstwie i komunikowaniu*, Wydawnictwo Naukowe SCHOLAR, Warszawa 2000.
Lisowska-Magdziarz M., *Pytanie o genologię mediów w kulturze partycypacji. Próba rekonesansu metodologicznego*, [w:] *Gatunki i formaty we współczesnych mediach*, red. W. Godzic, A. Kozieł, J. Szylko-Kwas, Wydawnictwo Poltext, Warszawa 2015.
Pisarek W., *Gatunek dziennikarski: Informacja prasowa*, „Zeszyty Prasoznawcze" 1993, z. 3–4.
Stępińska A., Ossowski S., *Dziennikarze w Polsce: wartości, priorytety i standardy zawodowe*, „Studia Medioznawcze" 2011, nr 1.
Stępińska A., Ossowski S., *Kariera, kontrola, służba społeczna – postawy różnych pokoleń polskich dziennikarzy*, [w:] *Studia nad dziennikarstwem*, red. I. Hofman, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2011.
Stępińska A., Ossowski S., *Społeczne oczekiwania a autostereotyp dziennikarzy polskich w XXI wieku*, [w:] *Stereotypy w obszarze społecznym i politycznym*, red. B. Pająk-Patkowska, Wydawnictwo Naukowe WNPiD UAM, Poznań 2011.
Szulczewski M., *Informacja*, [w:] *Teoria i praktyka dziennikarska*, red. B. Golka, M. Kafel, Z. Mitzner, PWN, Warszawa 1964.
Tetelowska I., *Informacja – odrębny gatunek dziennikarski*, [w:] *Szkice prasoznawcze*, red. P. Dubiel, W. Pisarek, OBP RSW „Prasa", Kraków 1972.
Trzynadlowski J., *W kręgu wyznaczników form dziennikarskich*, [w:] *Metody i techniki badawcze w prasoznawstwie*, t. 2, red. M. Kafel, Wydawnictwa UW, Warszawa 1970.
Wojtak M., *Gatunki prasowe*, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2004.
Wojtak M., *Metamorfozy gatunków prasowych*, [w:] *Współczesne media. Status, aksjologia, funkcjonowanie*, red. I. Hofman, D. Kępa-Figura, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2009.
Wolny-Zmorzyński K., Kaliszewski A., *Rodzaje i gatunki dziennikarskie*, [w:] *Prasowe gatunki dziennikarskie*, red. K. Wolny-Zmorzyński, A. Kaliszewski, J. Snopek, W. Furman, Wydawnictwo Poltext, Warszawa 2014.

Iwona Szwed
Uniwersytet Rzeszowski

KOMENTARZ PRASOWY – INNOWACYJNOŚĆ A ELEMENTY PROTOTYPOWE

1. Uwagi wstępne

Teza Marii Wojtak[1], iż komentarz prasowy jest „gatunkiem, który daje dziennikarzowi sporą swobodę wyboru wariantu wzorca i jego konkretyzacji", chociaż opublikowana już ponad 10 lat temu, zyskuje coraz bardziej na znaczeniu. Komentarze prasowe podlegają bowiem coraz większym modyfikacjom w stosunku do komentarza autonomicznego, najbardziej skonwencjonalizowanego. Obok wzorców alternacyjnych i adaptacyjnych pojawiają się też wypowiedzi kolażowe, mamy do czynienia z hybrydyzacją tego gatunku, z łączeniem go w sieci z innymi tekstami w ramach spójności tematycznej oraz z innymi przeobrażeniami. Jako przykład takich zmian w niniejszym artykule zostaną pokazane sieci tekstów o charakterze publicystycznym, pojawiające się w polskich dziennikach regionalnych i ponadregionalnych głównie przy okazji większego wydarzenia na skalę światową. Bliskość przestrzenna tych tekstów i ich wzajemne powiązania, z jednej strony, wskazują na wpływ charakterystycznych dla internetu powiązań hipertekstualnych pomiędzy tekstami publicystycznymi dostępnymi w formie elektronicznej na kształtowanie prasy drukowanej. Z drugiej zaś strony – powiązania te mogą powodować wspomniane przeobrażenia w zakresie samych tekstów publicystycznych, w tym komentarza, oraz przejmowanie roli perswazyjno-argumentacyjnej przez inne teksty prasowe, w tym również te o charakterze pierwotnie czysto informacyjnym. Rozważania prowadzę w aspekcie porównawczo-kulturowym, gdyż korpus stanowią wprawdzie sieci tekstów zbudowanych wokół komentarza tylko w prasie polskiej, jednakże były one analizowane w ramach międzynarodowego projektu badawczego prowadzonego przez germanistów-językoznawców z kilku krajów europejskich, co niosło za sobą między innymi trudności w znalezieniu konsensusu dotyczącego wspólnego korpusu komentarzy dla kilku różnych kultur europejskich oraz definiowaniu samego komentarza w kontekście europejskich badań tekstologicznych. Stąd sporo miejsca w niniejszym artykule poświęcam nie

[1] M. Wojtak, *Gatunki prasowe*, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2004, s. 201.

tyle analizie samego materiału empirycznego, przedstawionego tu jedynie przykładowo, ile bardziej przybliżeniu teoretycznego tła germanistycznego i polonistycznego dla współczesnych tendencji rozwoju tekstów publicystycznych oraz trudności wynikających w tym aspekcie z dezyderatów badawczych stawianych w ramach międzynarodowego projektu tekstologiczno-prasoznawczego.

2. Ujęcie komentarza prasowego w językoznawstwie polonistycznym i germanistycznym

W wyniku zacierania się granic pomiędzy poszczególnymi tekstami i gatunkami oraz powstawania tekstów hybrydowych coraz trudniej jest o klarowne podziały na teksty o charakterze czysto informacyjnym i te o charakterze wyłącznie opiniotwórczym. Jak słusznie zauważa Harald Burger[2], tradycyjna granica pomiędzy doniesieniem prasowym a komentarzem traci na swej aktualności.

Zarówno polscy, jak i niemieccy badacze mediolingwiści (określenie według Bogusława Skowronka[3]) podkreślają, że komentarz prasowy podlega określonym zmianom co do formy i treści, np. sama opinia jest krótsza, argumenty często są tylko wymienione, ale brakuje ich rozwinięcia, czasem podawane są tylko hasłowo, ogólnie rzecz biorąc – jest więcej opinii, a mniej argumentacji.

W tradycyjnych ujęciach komentarza prasowego tekstolodzy niemieccy podkreślają, że jest on najważniejszym i najbardziej wyrazistym spośród tekstów opiniotwórczych (por. H. Burger[4]; H.-H. Lüger[5]), w którym intencją dominującą jest wartościowanie lub ewaluacja. Wartościowanie takie może dokonywać się na różnych płaszczyznach, np. poprzez ocenę możliwości realizacji zamierzenia, ocenę jakości moralnej lub estetycznej danego stanu rzeczy (lub zamierzenia), jego wagi, przydatności dla adresata lub określonych grup społecznych czy też ocenę ilościową. Czytelnik komentarza prasowego powinien dysponować pewnym przygotowaniem do percepcji takiego tekstu, powinien posiadać swego rodzaju wiedzę wstępną dotyczącą przedmiotu oceny. Aby ułatwić mu odbiór, teksty opiniotwórcze mogą nawet zawierać krótkie streszczenie komentowanego wydarzenia bądź stanu rzeczy wraz z odwołaniem do takiej wiedzy. Celem tekstów prasowych,

[2] H. Burger, *Textsorten in den Massenmedien*, [w:] *Text- und Gesprächslinguistik. Ein internationales Handbuch zeitgenössischer Forschung. 1. Halbband*, red. K. Brinker, G. Antos, W. Heinemann, S. Sager, Walter de Gruyter, Berlin–New York 2000, s. 622.

[3] B. Skowronek, *Mediolingwistyka. Wprowadzenie*, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Pedagogicznego, Kraków 2013, s. 251–252.

[4] H. Burger, *Mediensprache. Eine Einführung in Sprache und Kommunikationsformen der Massenmedien*, Walter de Gruyter, Berlin 2005, s. 211.

[5] H.-H. Lüger, *Pressesprache*, Niemeyer, Tübingen 1995.

w których wartościowanie występuje jako intencja dominująca, jest według Heinza-Helmuta Lügera[6] dostarczenie odbiorcy wiedzy o tym, jak należy interpretować i oceniać dany stan rzeczy z punktu widzenia danego autora lub medium. Takie działania językowe mają jednak prowadzić nie tylko do przyjęcia do wiadomości tej oceny przez odbiorcę, lecz również do jej zaakceptowania, mają one więc charakter perswazyjny. Ponieważ jednym z warunków takiej akceptacji jest zdaniem Lügera[7] zrozumienie tekstu przez odbiorcę, w tekstach opiniotwórczych duży nacisk kładzie się na odpowiednie wyjaśnienia i uzasadnienia, przyczyniające się do powstania u czytelnika afirmatywnego nastawienia wobec komentowanych faktów. Pojawiające się przy tym kontrargumenty wobec potencjalnego sprzeciwu odbiorcy wynikają z procesu antycypacji przez autora tekstu możliwych wątpliwości czytelnika.

Reasumując, funkcja komentarza prasowego to według Lügera[8] niezależna interpretacja, wyjaśnianie i objaśnianie codziennych wydarzeń, aktualnych tendencji i rozwoju działań politycznych, a celem jest wsparcie lub zmiana u adresata oceny dotyczącej danego stanu rzeczy. Badacz[9] postrzega przy tym komentarz prasowy jako oddzielny gatunek, podczas gdy Burger[10] określił komentarz jako *gatunek niesamodzielny*, komplementarny do notatki prasowej. Również Werner Nowag i Edmund Schalkowski[11] traktują komentarz jako uzupełnienie gatunków informacyjnych, przy czym autorzy ci podkreślają, że informacja może wprawdzie występować bez komentarza, ale komentarz bez informacji już nie.

W nowszych badaniach wskazuje się na liczne punkty przecinania się komentarza z innymi gatunkami o charakterze publicystycznym oraz na trudności przy sformułowaniu dokładnej definicji komentarza prasowego – por. np. Lenk[12]. Hartmut Lenk[13] przybliża także ważne dla publicystyki niemieckojęzycznej różnice pomiędzy komentarzem a glosą czy artykułem wstępnym.

Wśród językoznawców polonistycznych Maria Wojtak[14] postrzega komentarz (w odróżnieniu od np. Burgera) jako samodzielny gatunek publicystyczny, chociaż blisko spokrewniony z innymi, jak felieton czy recenzja. Równocześnie

[6] *Ibidem*, s. 69.

[7] *Ibidem*.

[8] *Ibidem*, s. 126.

[9] *Ibidem*.

[10] H. Burger, *Mediensprache…*, *op. cit.*, s. 215.

[11] W. Nowag, E. Schalkowski, *Kommentar und Glosse*, Wydawnictwo UVK, Konstanz 1998, s. 41.

[12] H. Lenk, *Methodologische Probleme des Textsortenvergleichs am Beispiel des Kommentars*, „tekst i dyskurs – text und diskurs" 2012, nr 5, s. 157.

[13] *Ibidem*, s. 158–159.

[14] M. Wojtak, *Gatunki prasowe*, *op. cit.*, s. 166.

Wojtak[15] wskazuje na fakt, że komentarz staje się ostatnio formą gatunkową wielokształtną, co wynika z rozmaitości form wypowiedzi mających status komentarza. Podobnie jak Lüger[16], Wojtak[17] również podkreśla interpretacyjny i perswazyjny charakter wypowiedzi w komentarzu prasowym oraz aktualność poruszanych problemów, równocześnie jednak podkreśla, że nie składa się on wyłącznie z opinii i może być postrzegany także jako informacja o komentowanych faktach. Według Tomasza Miareckiego[18] funkcją komentarza jest przekazanie subiektywnej oceny aktualnych wydarzeń.

Wśród polonistycznych typologii komentarzy prasowych najistotniejszym i najczęściej bodaj cytowanym jest zaprezentowany przez Wojtak[19] podział komentarzy na autonomiczne (samodzielne, niestowarzyszone z informacją) i nieautonomiczne (wplecione w tekst informacji lub jej towarzyszące jako odrębna wypowiedź): wzorce alternacyjne i adaptacyjne. Punktem wyjścia dla takiego podziału są relacje komentarza z tekstami informacyjnymi oraz status wypowiedzi nadany jej z woli autora lub redakcji. Należy tu zaznaczyć, iż również inni badacze polonistyczni zwracają uwagę na ścisłe powiązanie komentarza z informacją, co możemy odnaleźć np. w definicji Janiny Fras[20], która określa komentarz jako „krótki publicystyczny tekst ocenny, zamieszczony tuż pod tekstem informacji na jakiś ważny społecznie temat". Taka definicja komentarza jest bardzo bliska opisanym przez Wojtak komentarzom nieautonomicznym.

Maria Wojtak proponuje także podział według kryterium techniki przekazywania opinii na komentarze: pośrednie i bezpośrednie[21] oraz na podstawie charakteru opinii, postawy emocjonalnej nadawcy, a także dominującej barwy stylistycznej przekazu na komentarze: stonowane, satyryczne, ironiczne i żartobliwe. Nieco inną typologię zawdzięczamy w badaniach polonistycznych Miareckiemu[22] (por. też Wojtak[23]), który wyodrębnia różne typy komentarzy na podstawie kryterium autora wypowiedzi, funkcji oraz sposobu formułowania opinii.

Niezależnie jednak od przyjętej typologii i kryteriów jej wyodrębnienia wielu współczesnych badaczy jest zgodnych co do tego, że coraz częściej w tekstach publicystycznych mamy obecnie do czynienia z przenikaniem się poszczególnych

[15] *Ibidem*.

[16] H.-H. Lüger, *op. cit.*

[17] M. Wojtak, *Gatunki prasowe*, *op. cit.*, s. 166.

[18] T. Miarecki, *Na początku było słowo, a potem komentarz*, [w:] *Dziennikarstwo od kuchni*, red. A. Niczyperowicz, TS Wydawnictwo, Poznań 2001.

[19] M. Wojtak, *Gatunki prasowe*, *op. cit.*

[20] J. Fras, *Dziennikarski warsztat językowy*, Wydawnictwo UWr, Wrocław 1999, s. 84.

[21] M. Wojtak, *Gatunki prasowe*, *op. cit.*, s. 169.

[22] T. Miarecki, *op. cit.*, s. 54.

[23] M. Wojtak, *Gatunki prasowe*, *op. cit.*, s. 168.

gatunków i zacieraniem granic pomiędzy nimi[24]. Jak już ponad 20 lat temu skonstatował Walery Pisarek „nie ma powszechnie używanego rejestru gatunków dziennikarskich, a granice pomiędzy nimi są płynne”[25]. W tym kontekście Wojtak[26] dodaje, że gatunkową identyfikację poszczególnych wypowiedzi utrudnia „zmienność cech wypowiedzi dziennikarskich uwarunkowana kulturowo, ekonomicznie, politycznie oraz technologicznie”. Na kulturowe uwarunkowania rozumienia komentarza oraz wynikające z tego trudności przy badaniach komentarzy w zespole wielokulturowym zwraca uwagę Lenk[27]. Jego konstatacje dotyczące znalezienia właściwego *tertium comparationis* przy próbie uchwycenia różnic w sposobach perswazji w tekstach publicystycznych na płaszczyźnie europejskiej są szczególnie ważne dla niniejszych rozważań. Opierają się one bowiem na analizie korpusu zgromadzonego w ramach międzynarodowego projektu „Style perswazji w Europie”[28] oraz na dyskusjach z jego uczestnikami na temat doboru komentarzy do badań empirycznych.

3. Sieci, klastry, kolaże, hybrydy – współczesne tendencje w rozwoju komentarza prasowego

W kontekście rozważań dotyczących współczesnych tendencji w rozwoju komentarza prasowego pojawiają się między innymi określenia *odstępstw od wzorca*, *rozszerzeń wzorca* czy *form hybrydowych*[29]. Tendencje takie wiążą się pośrednio z tym, że, jak wskazuje Kirsten Adamzik[30], poszczególne gatunki tekstowe nie występują jako jednostki wyizolowane, lecz w powiązaniu z innymi gatunkami w ramach sieci[31], w których pełnią określone funkcje. Ten rodzaj współistnienia

[24] Por. także wniosek sformułowany przez A. Hanus, *Wariantywność gatunkowa w ujęciach kontrastywnych na przykładzie wybranych polskich i niemieckich tabloidów*, „tekst i dyskurs – text und dyskurs” 2014, nr 7, s. 255, na podstawie analizy tabloidów – niemieckiego dziennika „Bild” oraz polskiego „Fakt”: „[…] odstępstwa od wzorców, od ich postaci kanonicznych stają się swego rodzaju normą”.

[25] W. Pisarek, *Gatunek dziennikarski: informacja prasowa*, „Zeszyty Prasoznawcze” 1993, z. 3–4, s. 156.

[26] M. Wojtak, *Gatunki prasowe*, *op. cit.*, s. 29.

[27] H. Lenk, *Methodologische Probleme…*, *op. cit.*

[28] Projekt prowadzony od 2011 roku pod kierownictwem Hartmuta Lenka, profesora Uniwersytetu w Helsinkach, z udziałem językoznawców z Niemiec, Austrii, Bułgarii, Grecji, Włoch, Finlandii, Szwecji, Węgier i Polski. Więcej informacji na temat projektu: www.blogs.helsinki.fi/persuasionsstile-in-europa.

[29] Por. H. Lenk, *Methodologische Probleme…*, *op. cit.*, s. 164.

[30] K. Adamzik, *Sprache. Wege zum Verstehen*, Utb Gmbh, Stuttgart 2007.

[31] Pojęcia *sieci tekstów* używam tu na podstawie publikacji niemieckiej badaczki tekstów Kirsten Adamzik – por. np. K. Adamzik, *Die Zukunft der Text(sorten) linguistik. Textsortennetze,*

gatunków tekstowych musi prowadzić do ich wzajemnego przenikania. Jak podkreśla Wojtak[32] w odniesieniu do tekstów prasowych, ich wzorce gatunkowe mają w wielu przypadkach status elastyczny, co ma wpływ na dynamikę przemian określonego gatunku. Równocześnie jednak badaczka[33] podkreśla, iż nie mamy tu do czynienia z całkowitym chaosem i swobodą twórczą, lecz „każdemu z gatunków da się przypisać określoną gamę wariantów wzorca gatunkowego", które układają się w określoną konfigurację, a każdy z gatunków ma charakterystyczną sferę paradoksów.

Stałe dążenie do pozyskania uwagi czytelnika oraz do zwiększenia atrakcyjności przekazu powoduje stosowanie przez dziennikarzy różnych zabiegów wiążących się często z przekraczaniem granic gatunku. W wyniku tego komentarz staje się, jak stwierdza Wojtak[34] formą gatunkową poruszoną, wielokształtną. Badaczka zwraca jednocześnie uwagę na ciekawy paradoks. Z jednej strony mianowicie, w publikacjach teoretycznych postuluje się wyraźne rozgraniczenie informacji i komentarza[35], „przyznając informacji najwyższą rangę w kontaktach dziennikarzy z czytelnikami"[36]. Z drugiej zaś strony, same środowiska dziennikarskie osłabiają to podporządkowanie przez dążenie do uatrakcyjnienia wypowiedzi komentujących oraz dbałości o poziom wyrażanych opinii i siłę ich oddziaływania.

Sporo uwagi przekraczaniu granic gatunkowych i związanemu z tym tworzeniu tekstów hybrydowych poświęca Lenk[37], który mianem *hybrydyzacji* określa proces, w ramach którego wzorce[38] różnych gatunków tekstowych mieszają się ze sobą na tyle mocno, że możemy mówić o przejęciu innego wzorca tekstowego. Jest to więc bardzo szeroko rozumiana hybrydyzacja. Hartmut Lenk[39] mówi też

Textsortenfelder, Textsorten im Verbund, [w:] *Zur Kulturspezifik von Textsorten*, red. U. Fix, St. Habscheid, J. Klein, Stauffenburg, Tübingen 2001 czy K. Adamzik, *Textsortennetze*, [w:] *Textsorten, Handlungsmuster, Oberflächen. Linguistische Typologien der Kommunikation*, red. St. Habscheid, Walter de Gruyter, Berlin–Boston 2011.

[32] M. Wojtak, *Gatunki prasowe*, *op. cit.*, s. 37.

[33] *Ibidem*, s. 37 i nast.

[34] *Ibidem*, s. 167.

[35] Por. też T. Miarecki, *op. cit.*, s. 55.

[36] M. Wojtak, *Gatunki prasowe*, *op. cit.*, s. 167.

[37] H. Lenk, *Methodologische Probleme…*, *op. cit.* oraz H. Lenk, *Textsortenhybride beim Kommentar*, [w:] *Hybridisierung und Differenzierung. Kontrastive Perspektiven linguistischer Medienanalyse*, red. M. Luginbühl, St. Hauser, Peter Lang, Bern 2015.

[38] Hartmut Lenk używa w tym kontekście określenia *wzorzec tekstowy* w rozumieniu tekstologów niemieckich, np. na podstawie Ch. Gansel, F. Jürgens, *Textlinguistik und Textgrammatik*, Westdeutscher Verlag, Wiesbaden 2002, s. 55 i nast., którzy podporządkowują pojęcie *wzorca* nadrzędnemu pojęciu *gatunku tekstu*.

[39] *Ibidem*.

o poszerzeniu wzorca (*Musterdehnung*), które zachodzi, gdy odstępstwa od niego zmierzające w określonym kierunku pojawiają się częściej[40].

Z kolei Ulla Fix przywołuje, głównie na podstawie tekstów użytkowych, przykłady na „montaż" lub „mieszanie wzorców tekstowych" albo nawet na „łamanie wzorca" (*Textmustermischung*, *Textmustermontage*, *Musterbruch*[41]) w odniesieniu do różnych zabiegów łączenia odmiennych wzorców tekstowych. Natomiast według Wojtak „pojawianie się różnorodnych odstępstw od kanonu nie musi oznaczać łamania reguł gatunku, gdyż wzorce gatunkowe wypowiedzi prasowych mają charakter elastyczny"[42]. Dlatego badaczka przedstawia różne warianty wzorca, które pozwalają lepiej opisać konwencje typowe dla danego gatunku. Warianty te są ze sobą powiązane, tworząc możliwe do przewidzenia pole gatunkowe. Przy czym w centrum tego pola znajduje się wzorzec kanoniczny, decydujący o tożsamości gatunku i obejmujący najbardziej trwałe wyznaczniki strukturalne, pragmatyczne i stylistyczne, w strefie bliskiej centrum mieszczą się wzorce alternacyjne, powstające w wyniku przekształcenia poszczególnych składników wzorca kanonicznego, natomiast najbardziej oddalona od centrum jest strefa peryferyjna, w której znajdziemy wzorce adaptacyjne. Ponieważ jest to strefa najbliższa granicy z polami typowymi dla innych już gatunków, ona właśnie stanowi obszar krzyżowania się gatunków i powstawania hybryd[43].

3.1. Elementy prototypowe w komentarzu autonomicznym

W przedstawionym przez Marię Wojtak[44] koncentrycznym układzie pola gatunkowego komentarza w jego centrum znalazł się komentarz autonomiczny jako wzorzec kanoniczny gatunku. Charakterystyczne dla niego wyznaczniki to względnie stabilna struktura z tokiem argumentacyjnym jako główną zasadą kompozycji, dominująca intencja kształtowania poglądów lub postaw czytelników, perswazyjność oraz precyzyjność, obrazowość i sugestywność jako cechy sekundarne oraz bogactwo środków stylistycznych. Komentarz autonomiczny nie jest stowarzyszony z informacją, a charakterystyczne dla niego są określone wyróżniki

[40] Por. też A. Linke, *Trauer, Őffentlichkeit und Intimität. Zum Wandel der Textsorte 'Todesanzeige' in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts*, [w:] *Zur Kulturspezifik von Textsorten*, red. U. Fix, St. Habscheid, J. Klein, Stauffenburg, Tübingen 2001.

[41] Por. U. Fix, *Kanon und Auflösung des Kanons. Typologische Intertextualität – ein „postmodernes" Stilmittel?, Eine thesenhafte Darstellung*, [w:] *Die Zukunft der Textlinguistik. Traditionen, Transformationen, Trends*, red. G. Antos, H. Tietz, Max Niemeyer Verlag, Tübingen 1997, s. 97.

[42] M. Wojtak, *Gatunki prasowe*, *op. cit.*, s. 8.

[43] Por. *ibidem*, s. 19.

[44] Por. *ibidem*, s. 166–201.

zewnętrzne jako sygnały przynależności gatunkowej, np. miejsce publikacji, pewne sygnały graficzne czy tytuł zbioru wypowiedzi[45].

3.2. Komentarz autonomiczny a wzorce alternacyjne i adaptacyjne

Obok komentarzy autonomicznych Wojtak[46] wyróżnia także komentarze nieautonomiczne usytuowane w różnym oddaleniu od centrum pola gatunkowego. Są to komentarze wplecione w tekst informacji lub towarzyszące jej jako odrębna wypowiedź, lecz ściśle z informacją powiązana. Wśród komentarzy nieautonomicznych bliżej centrum sytuują się wzorce alternacyjne, których przykładem jest komentarz stowarzyszony z informacją. Ich wyznacznikiem jest głównie nieustabilizowana struktura, w której łączy się fakty z ocenami oraz większa aktywizacja odbiorcy, ponieważ część informacji nie jest wyrażana wprost. Natomiast nieco dalej od centrum znajdują się wzorce adaptacyjne, czyli np. informacja w roli komentarza, przytaczane opinie cudze, rozmowy i wywiady czy mikrofelietony w roli tekstów komentujących. Zasadniczo w obu grupach komentarzy nieautonomicznych potencjał illokucyjny nie zmienia się w stosunku do wzorca kanonicznego gatunku, intencją dominującą pozostaje więc wpływanie na poglądy i postawy czytelników.

Jak wspomniałam powyżej, na przeobrażenia w obrębie samego komentarza mają wpływ między innymi powiązania tego gatunku z innymi gatunkami publicystycznymi w ramach np. sieci tekstów, stąd im właśnie poświęcę w dalszej części nieco uwagi.

3.3. Komentarz jako element sieci tekstów

Na coraz częstsze powiązania międzygatunkowe wśród tekstów publicystycznych zwraca uwagę Maria Wojtak[47], opisując kolaże tekstowe jako przykład zastosowania potoczności w prasie. Szczególnie w przypadku bardzo bulwersujących spraw relacja zostaje rozpisana na kilka komunikatów reprezentujących różne gatunki, przykładowo wiadomość i stowarzyszony z nią wywiad wzbogacone o złożony tytuł i podpis pod ilustracją. Te ostatnie zresztą często stanowią nieodzowny

[45] W swojej monografii M. Wojtak, *Gatunki prasowe*, *op. cit.*, przytacza cały zestaw schematów kompozycyjnych charakterystycznych dla komentarza autonomicznego wraz z licznymi przykładami tekstów prasowych. Ponieważ celem niniejszego artykułu nie jest ich szczegółowa analiza, pozostaje mi w tym miejscu odesłać do tej właśnie monografii.

[46] Por. *ibidem*, s. 168.

[47] M. Wojtak, *Głosy z teraźniejszości. O języku współczesnej polskiej prasy*, Wydawnictwo WSPA, Lublin 2010, s. 33.

element towarzyszący przekazowi tekstowemu, w piśmiennictwie germanistycznym mówi się już nawet o „lingwistyce obrazu" (*Bildlinguistik*[48]). Kwestia łączenia różnych gatunków tekstów w większe komunikaty pojawia się także w tekstologii germanistycznej. Ulrich Püschel przedstawił już w roku 1997 koncepcję klastrów (*Textcluster*), w ramach których łączy się ze sobą krótkie teksty informacyjne i publicystyczne oraz materiały graficzne, pozostawiając przy tym odbiorcy dużą swobodę w percepcji tekstów takiego klastra[49]. Z kolei Adamzik[50] pisze w tym kontekście o sieciach tekstów i postuluje odwrót od koncentracji na mocno zestandaryzowanych gatunkach oraz zwrot ku tekstom bardziej kompleksowym. Kirsten Adamzik podejmuje próbę zdefiniowania sieci gatunków tekstowych analogicznie do sieci semantycznych, obejmujących różne rodzaje pojęć (jak *mysz – szary – słoń*) oraz różne rodzaje relacji między nimi (jak podobieństwo formy, hyponimy, kolokacje, antonimy itp.). Wprawdzie związki pomiędzy poszczególnymi rodzajami pojęć stanowią odzwierciedlenie indywidualnej wiedzy odbiorcy, jednakże już rodzaje tych relacji dają się według Adamzik[51] w pewien sposób usystematyzować, podobnie jest też w przypadku relacji pomiędzy poszczególnymi gatunkami tekstów. Podstawą do takiej systematyzacji są dla badaczki dokonania z zakresu badań intertekstualnych i badań nad dyskursem, a także wyniki analiz tekstów w powiązaniu z tzw. nowymi mediami.

Nawiązując do prowadzonych przez Josefa Kleina[52] badań nad intertekstualnością międzygatunkową[53] na przykładzie tekstów z zakresu ustawodawstwa, Adamzik proponuje relacje syntagmatyczne jako jeden z rodzajów relacji w sieciach różnych gatunków tekstowych. W relacji takiej mamy do czynienia z ustaloną kolejnością recepcji poszczególnych tekstów i odbiorcy pozostawia się niewielką swobodę w tym zakresie. Ma to związek ze specyfiką komunikacji w obszarze

[48] Por. np. *Bildlinguistik. Theorien – Methoden – Fallbeispiele*, red. H. Diekmannshenke, M. Klemm, H. Stöckl, Erich Schmidt Verlag, Berlin 2011 oraz R. Opiłowski, *Von der Textlinguistik zur Bildlinguistik. Sprache-Bild-Texte im neuen Forschungsparadigma*, „Czasopismo Stowarzyszenia Germanistów Polskich" 2013, nr 2.

[49] Por. U. Püschel, *„Puzzle-Texte" – Bemerkungen zum Textbegriff*, [w:] *Die Zukunft der Textlinguistik. Traditionen, Transformationen, Trends*, red. G. Antos, H. Tietz, Niemeyer, Tübingen 1997, s. 38 oraz A. Hanus, *op. cit.*, s. 248.

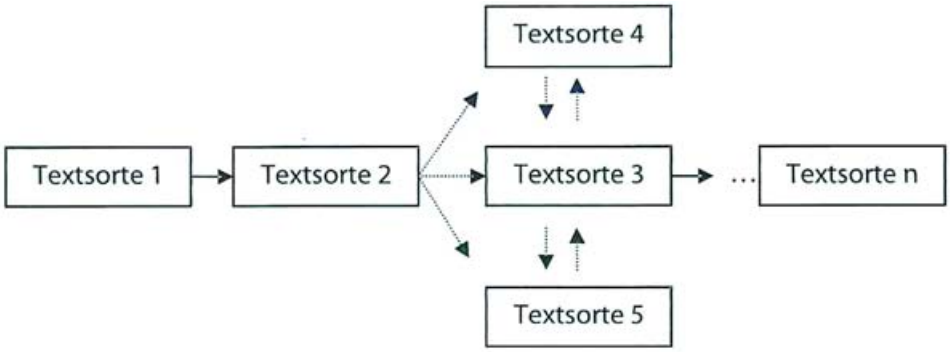
[50] K. Adamzik, *Textsortennetze…*, *op. cit.*

[51] *Ibidem*, s. 368 i nast.

[52] Por. J. Klein, *Politische Textsorten*, [w:] *Aspekte der Textlinguistik*, red. K. Brinker, Georg Olms, Hildesheim 1991 oraz J. Klein, *Intertextualität, Geltungsmodus, Texthandlungsmuster. Drei vernachlässigte Kategorien der Textsortenforschung – exemplifiziert an politischen und medialen Textsorten*, [w:] *Textsorten. Reflexionen und Analysen*, red. K. Adamzik, Stauffenburg, Tübingen 2000.

[53] Termin ten został zaproponowany przez J. Kleina, *Intertextualität, Geltungsmodus, Texthandlungsmuster…*, *op. cit.*, w oryginale niemieckim: *Textsorten-Intertextualität*.

prawa czy administracji, gdzie występowanie jednego gatunku tekstu determinuje pojawienie się następnego, a zaburzenie tej kolejności może spowodować określone zaburzenia komunikacyjne. W ten sposób gatunki w sieci tworzą rodzaj łańcucha (por. ryc. 1) charakterystycznego dla danego stylu komunikacji (np. styl komunikacji urzędowej).



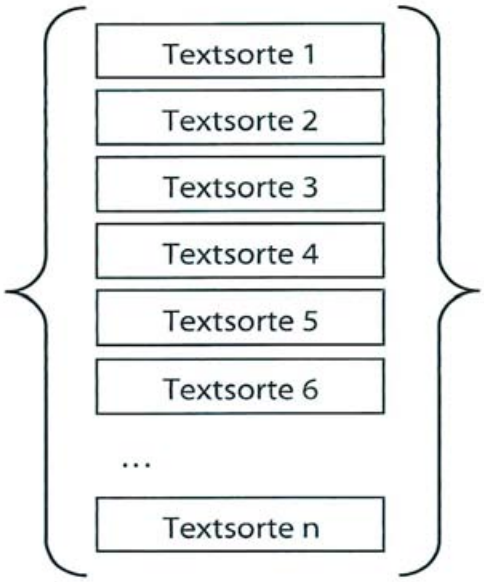
Ryc. 1. Relacje syntagmatyczne w sieciach gatunków tekstowych

Źródło: Na podstawie: K. Adamzik, *Textsortennetze*, [w:] *Textsorten, Handlungsmuster, Oberflächen. Linguistische Typologien der Kommunikation*, red. St. Habscheid, Walter de Gruyter, Berlin–Boston 2011, s. 374[54].

Z kolei w przypadku tekstów o podobnej charakterystyce tematycznej lub funkcjonalnej, które mogą być wzajemnie wymieniane, Adamzik[55] mówi o „polach gatunkowych" (w oryg. niem. *Textsortenfelder*) analogicznie do „pól wyrazowych" (*Wortfelder*) i dla ich zobrazowania proponuje schemat relacji paradygmatycznych, jak na rycinie 2. W tym przypadku możliwe są zmiany w kolejności występowania poszczególnych gatunków w takim układzie.

Często jednak relacji w sieciach gatunkowych nie da się opisać na podstawie przedstawionych dwóch schematów (ryc. 1, 2), gdyż są one bardziej skomplikowane i wielostopniowe. Gdy poszczególne gatunki mogą być ze sobą łączone w różny sposób, a połączenia sieciowe nie są odgórnie zdeterminowane i odnajdujemy je równocześnie pomiędzy wieloma tekstami w sieci, możemy mówić o sieciach rozbudowanych, dla których Adamzik proponuje schemat jak na rycinie 3. Podstawą dla pokazanych tu wzajemnych powiązań jest kryterium tematyczne oraz funkcjonalne, wspólne dla wielu tekstów, co powoduje tworzenie przecinających się wzajemnie grup gatunkowych. Odniesienia tematyczne w takiej sieci są punktem stycznym badań nad sieciami tekstowymi z badaniami dyskursologicznymi.

[54] Schemat prezentuję w oryginale w języku niemieckim. *Textsorte* oznacza gatunek tekstu.
[55] K. Adamzik, *Die Zukunft der Text(sorten) linguistik...*, *op. cit.*

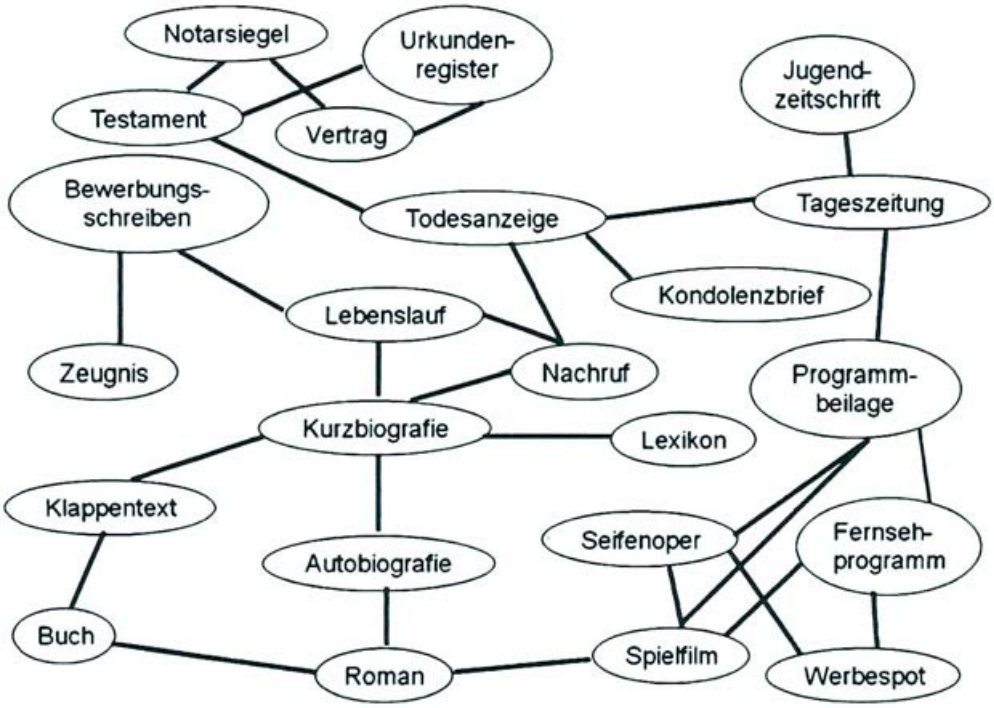


Ryc. 2. Relacje paradygmatyczne w sieciach gatunków tekstowych

Źródło: Na podstawie: K. Adamzik, *Textsortennetze*, [w:] *Textsorten, Handlungsmuster, Oberflächen. Linguistische Typologien der Kommunikation*, red. St. Habscheid, Walter de Gruyter, Berlin–Boston 2011, s. 373.

Za pomocą schematu (ryc. 3) badaczka pokazuje, że nie tylko pomiędzy poszczególnymi gatunkami, ale również pomiędzy mniejszymi powiązanymi ze sobą tematycznie sieciami możliwe są połączenia tematyczne. I tak z podgrupy tematycznej aplikowania o pracę i działań językowych oraz gatunków z tym związanych (jak aplikacja, życiorys, świadectwo) można poprzez życiorys (niem. *Lebenslauf*) przejść do podgrupy związanej z dokumentami pośmiertnymi (życiorys, wspomnienie pośmiertne, nekrolog, testament, list kondolencyjny), a stąd z kolei do podgrupy tekstów związanych z autobiografią i powieścią oraz notą o autorze itd. Jak zauważa sama autorka[56] w ten sposób można objąć siecią gatunkową całe uniwersum tekstów, co stanowiłoby nie lada wyzwanie. Tutaj chciałabym jednak pokazać specyfikę przykładowych sieci powstających w prasie przy okazji większego wydarzenia na skalę światową.

[56] Por. K. Adamzik, *Textsortennetze…*, *op. cit.*



Ryc. 3. Relacje tematyczne w sieci gatunków tekstowych

Źródło: Na podstawie: K. Adamzik, *Textsortennetze*, [w:] *Textsorten, Handlungsmuster, Oberflächen. Linguistische Typologien der Kommunikation*, red. St. Habscheid, Walter de Gruyter, Berlin–Boston 2011, s. 380.

3.3.1. Uwagi dotyczące korpusu

Korpus powstał w ramach wspomnianego wyżej projektu „Persuasionsstile in Europa" („Style perswazji w Europie") (por. przypis 28) prowadzonego od 2011 roku pod kierownictwem profesora Hartmuta Lenka z Uniwersytetu w Helsinkach. Zakłada on badania stylów perswazji językowej w różnych organach prasowych w Europie oraz uchwycenie w tym zakresie różnic pomiędzy poszczególnymi kulturami. W tym celu powstał tzw. korpus helsiński, obejmujący komentarze publikowane w dziennikach drukowanych o zasięgu lokalnym, regionalnym i ponadregionalnym, o różnej specyfice tematycznej i nacechowaniu politycznym. Został on zgromadzony w okresie od 11 do 24 marca 2013 roku przez uczestników projektu – pochodzących z dziewięciu krajów europejskich tekstologów, językoznawców i prasoznawców. Celowo nie uwzględniono mediów elektronicznych, których wykorzystanie wprawdzie z pewnością wzbogaciłoby korpus, ale proble-

mem okazało się znalezienie odpowiedników tekstów publikowanych *online* dla wszystkich tekstów drukowanych we wszystkich krajach uczestników projektu. Nie wszystkie bowiem dzienniki mają wydania elektroniczne lub też wydania te odbiegają w mniejszym lub większym stopniu od wydań drukowanych.

Z kolei przy próbach wyłonienia komentarzy autonomicznych, czyli tych o najbardziej charakterystycznej klasycznej budowie, pisanych przez dziennikarzy (a nie zewnętrznych ekspertów) oraz najczęściej zamieszczanych w określonej rubryce pod określoną nazwą, w ramach projektu międzynarodowego pojawiły się ogromne trudności. Część zespołu nie była w stanie w swoich narodowych gazetach znaleźć odpowiednio dużego korpusu, bez włączania np. wypowiedzi zewnętrznych ekspertów czy komentatorów, które zgodnie z wyżej przedstawioną typologią Wojtak[57] należałoby zaliczyć do strefy peryferyjnej, czyli wzorców adaptacyjnych komentarza. Dodatkową trudność stanowiły tu odmienne w różnych kulturach definicje samego komentarza jako gatunku prasowego, co musiało prowadzić do podstawowych uzgodnień terminologicznych. W ich wyniku podstawą do wyłonienia korpusu stała się sformułowana przez Lenka[58] definicja komentarza[59] jako tekstu o charakterze publicystycznym, zorientowanego na wpływanie na poglądy i przekonania (ich wzmocnienie lub zmianę) czytelników, napisanego przez dziennikarza określonego organu prasowego, który porządkuje i ocenia aktualne wydarzenia lub problemy społeczne, przedstawia prognozy bądź zaleca określone działania oraz/lub do nich wręcz wzywa[60]. Po uzgodnieniach terminologicznych dotyczących samego ujęcia komentarza kolejnym problemem okazał się dobór wspólnego tematu – założeniem pierwotnym była spójność tematyczna całego korpusu. Po analizie dostępnych we wszystkich krajach gazet okazało się, że tematem dominującym w większości krajów był wybór papieża Franciszka, ale np. w Grecji i po części też w Bułgarii był to kryzys ekonomiczny. W ten sposób w ramach korpusu powstało pewne zróżnicowanie tematyczne, stanowiące

[57] M. Wojtak, *Gatunki prasowe*, *op. cit.*

[58] H. Lenk, *Methodologische Probleme…*, *op. cit.*, s. 168.

[59] Należy przy tym zaznaczyć, że definicja ta powstała głównie na gruncie dotychczasowych ustaleń terminologicznych tekstologów i prasoznawców niemieckich, uwzględnia jednak postulaty zgłaszane przez przedstawicieli różnych kultur podczas dyskusji w ramach projektu. Więcej na temat powstania samej definicji oraz pytań stawianych w aspekcie międzykulturowych badań nad perswazyjnością i samym komentarzem prasowym w kontekście europejskim por.: H. Lenk, *Methodologische Probleme…*, *op. cit.*; *Persuasionsstile in Europa. Methodologie und Empirie kontrastiver Untersuchungen zur Textsorte Kommentar*, red. H. Lenk, M. Vesalainen, Georg Olms, Hildesheim–Zürich–New York 2012; *Persuasionsstile in Europa II: Kommentartexte in den Medienlandschaften europäischer Länder*, red. H. Lenk, Georg Olms, Hildesheim–Zürich–New York 2016.

[60] Tłumaczenie definicji Lenka oraz innych cytatów z oryginałów w języku niemieckim – Iwona Szwed.

jednocześnie odzwierciedlenie odrębności kultur europejskich nawet w obliczu wydarzeń o zasięgu globalnym.

3.3.2. Powiązania intertekstualne w ramach sieci tekstów

Ponieważ wyznaczony w ramach projektu okres gromadzenia korpusu akurat zbiegł się z wyborem papieża Franciszka oraz licznymi doniesieniami na ten temat, udało się uchwycić pewne charakterystyczne tendencje, pojawiające się w prasie polskiej prawdopodobnie tylko przy okazji bardzo nagłośnionych wydarzeń. Badając same komentarze wchodzące w skład korpusu, dało się wokół nich zauważyć całą sieć tekstów powiązanych jednym tematem (wyborem papieża), acz różniących się podejściem do tego tematu czy też poszczególnymi podtematami. Charakterystyczna jest tu częsta bliskość przestrzenna tych tekstów, ich relacje formalne, np. wspólne logo wskazujące na tematykę związaną z papieżem (por. ryc. 4 – przykład z „Naszego Dziennika"), bezpośrednie odniesienia czy też znaki graficzne. Wprawdzie nie można tu stwierdzić, że komentarz znajduje się w centrum powstałych w ten sposób sieci, jednak w badaniach stanowi on punkt wyjścia.



Ryc. 4. Przykład na wspólne logo z „Naszego Dziennika"

Źródło: „Nasz Dziennik", piątek, 15.03.2013, s. 3.

Bliskość przestrzenna tekstów w powstałych sieciach jest charakterystyczna szczególnie dla dzienników nacechowanych wyznaniowo, jak „Nasz Dziennik", co nie dziwi w obliczu tematu wiodącego – wyboru głowy Kościoła katolickiego. W tym dzienniku uderzająca jest też duża liczba rozmów z ekspertami czy wypowiedzi hierarchów Kościoła, które pomimo że nie nazwane bezpośrednio komentarzem, to jednak mają wyraźny charakter komentujący wydarzenie. Teksty takie można, na podstawie typologii komentarzy Wojtak[61] zaliczyć do wzorców adaptacyjnych.

Z kolei bezpośrednie odniesienia w postaci podawania stron zawierających kontynuację tematu czy też na przykład w formie znaków graficznych (jak strzałki) daje się zauważyć głównie w dziennikach o zasięgu ponadregionalnym (np. „Rzeczpospolita" – por. ryc. 5 czy „Gazeta Wyborcza" – por. ryc. 6).



Ryc. 5. Przykład na wykorzystanie znaków graficznych (np. A2, A3, A4) oraz logo i adresu internetowego dziennika „Rzeczpospolita" jako odniesień intertekstualnych

Źródło: „Rzeczpospolita" 14.03.2013, strona tytułowa.

W całej sieci tekstów wyróżnionych na podstawie wspólnego kryterium tematu wyboru nowego papieża pojawiają się także tematy cząstkowe, obejmujące mniejsze podgrupy tekstów. Wiodące tematy cząstkowe to: cechy charakteru nowego papieża Franciszka (jak skromność); pochwała ubóstwa; kwestie związane z Zakonem Jezuitów; sytuacja (polityczna) w Argentynie; odniesienia do św. Franciszka i jego przesłania; sytuacja panująca w Watykanie oraz dążenia reformatorskie w Kościele. Pozwalają one wyodrębnić podsieci tekstów.

[61] M. Wojtak, *Gatunki prasowe*, *op. cit.*



Głośmy Chrystusa! Inaczej zamienimy się w miłosierną organizację pozarządową – tak Franciszek wezwał kardynałów, by nie ulegali światowości

Tomasz Bielecki, Rzym

Nowy biskup Rzymu odprawił wczoraj dla kardynałów elektorów pierwszą papieską mszę w Kaplicy Sykstyńskiej. Tak nakazuje kościelne prawo. Benedykt XVI przy podobnej okazji w 2005 r. wygłosił doprawdy ostre kazanie po łacinie, a kardynałowie dostali wtedy przygotowane wcześniej tłumaczenie na piśmie.

Franciszek przemawiał po włosku, z głowy i w uderzająco mało papieskim, bo nierzwykle naturalnym, stylu. Kazanie było prostym komentarzem do czytań biblijnych.

- Podążał, budować Kościół, wyznawać wiarę - tak papież określał zadania Kościoła. Ostro ostrzegał przed ulegnięciem doczesności - Kto nie modli się do Boga, ten modli się do diabła.

Można to odczytać jako aluzję do zepsucia na szczytach Kościoła, choć kardynał Jorge Mario Bergoglio od lat w podobnym stylu przestrzegał zwyżkich księży w swojej diecezji w Buenos Aires przed karierowiczostwem i próżnością.

Na pierwsze reformy Franciszka przyjdzie jeszcze poczekać, bo nowy papież już wstrząsa zastanymi zwyczajami, bo zdecydowanie odrzuca papieską pompę. Unika jeżdżenia papieską limuzyną, wciąż nie zamienił biskupiego krzyża na złoty krzyż papieski, a podczas mszy w Kaplicy Sykstyńskiej można było dostrzec na jego ręce bardzo zwykły zegarek. Papież osobiście zapłacił wczoraj za pokój w Rzymie, w którym zatrzymał się przed konklawe. Wziął stamtąd swe bagaże.

Franciszek już zaprosił głównego rabina Rzymu na mszę inaugurującą jego pontyfikat 19 marca. „Mam głęboką nadzieję, że będę mógł się przyczynić do postępu w relacjach między żydami a katolikami" - napisał do rabina Riccardo Di Segni.

c.d. poniżu - s. 24

PAPIEŻ A CIEŃ DYKTATURY W ARGENTYNIE s. 3 JEZUICI I PAPIEŻE – ROZMOWA Z O. OPIELĄ s. 8

Ryc. 6. Przykład na odniesienia intertekstualne jako zapowiedź (w kształcie wzmianki) kontynuacji tematu na kolejnych stronach

Źródło: „Gazeta Wyborcza" 15.03.2013, strona tytułowa.

Analiza korpusu pozwala również stwierdzić istotne różnice pomiędzy poszczególnymi dziennikami w zakresie gęstości wyodrębnionych sieci tekstów. Zdecydowanie najbardziej rozbudowane sieci są charakterystyczne dla dzienników ponadregionalnych, jak „Rzeczpospolita" czy „Gazeta Wyborcza" (sieć złożona z 15 tekstów)[62]. Dość rozbudowana sieć występuje również w „Naszym Dzienniku", co jednak może być związane wyłącznie ze specyfiką tego wydarzenia o charakterze religijnym, szczególnie ważnego dla medium religijnego. Należy jednocześnie zaznaczyć, że w „Naszym Dzienniku" bardzo rzadko pojawiają się komentarze autonomiczne, stanowiące wzorzec kanoniczny gatunku. Wśród tekstów komentujących wchodzących w skład rozbudowanej sieci często występują natomiast wzorce peryferyjne, oddalone od centrum pola gatunkowego, jak np. wywiady z kapłanami albo wykładowcami uczelni katolickich czy też pisane nie przez samych dziennikarzy, a przez kapłanów lub świeckich znawców Kościoła komentarze „gościnne".

Natomiast dzienniki regionalne, jak choćby „Dziennik Zachodni", charakteryzuje znacznie mniej rozbudowana sieć tekstów, składająca się np. tylko z siedmiu artykułów. Z kolei w dziennikach lokalnych nie stwierdzono w ogóle występowania sieci tekstów komentujących powiązanych tematycznie z wyborem papieża. Podobna sytuacja ma miejsce w dziennikach sprofilowanych ekonomicznie (jak „Dziennik Gazeta Prawna").

Odniesienia intertekstualne dotyczą w badanych sieciach nie tylko tekstów wewnątrz danego medium, lecz także tekstów poza nim, są tam np. odniesienia

[62] Więcej przykładów por. w złożonym do druku w tomie *Persuasionsstile in Europa III: Linguistische Methoden zur vergleichenden Analyse von Kommentartexten in Tageszeitungen europäischer Länder* (red. H. Lenk, H. Giessen) artykule Z. Bilut-Homplewicz, A. Mac, I. Szwed: *Pressekommentare im Textsortennetz – um die Papstwahl in den polnischen Tageszeitungen*.

do fragmentów z Biblii czy z przemówienia papieża, mamy tu więc do czynienia z intertekstualnością referencyjną.

W przypadku dzienników uniwersalnych, ponadregionalnych o najmocniej rozbudowanej sieci tekstów, stałymi elementami tej sieci są: komentarz autonomiczny, notatka prasowa, notatka z fragmentami komentującymi. Ponadto pojawiają się także: sylwetka, wypowiedzi ekspertów, wywiad, reportaż (i fotoreportaż), karykatura czy felieton. Większość z nich zawiera fragmenty komentujące wybór papieża.

4. Wnioski w perspektywie kulturowej

Analiza dostępnego korpusu pozwala wysnuć wniosek, że wydarzenie o zasięgu globalnym doprowadziło do wygenerowania całej sieci tekstów prasowych dotyczących tego wydarzenia, szczególnie w dziennikach o zasięgu ponadregionalnym. Występowanie tych tekstów w gęstej sieci wraz z komentarzem i we wzajemnej bliskości prowadzi do przejmowania przez nie (w tym również przez notatki prasowe będące pierwotnie gatunkiem czysto informacyjnym) funkcji komentującej. Funkcja ta determinuje całą wyodrębnioną sieć i należy przypuszczać, że w przyszłości możemy spodziewać się dalszych procesów wzajemnego przenikania się poszczególnych gatunków prasowych i przejmowania funkcji jednych przez drugie. W dobie ciągłej walki o czytelnika i rosnącej dbałości o poziom wypowiedzi komentujących, na co zwróciła uwagę Maria Wojtak już w 2004 roku[63], prawdopodobnie coraz więcej tekstów będzie przejmować funkcję komentowania rzeczywistości, aby ułatwić czytelnikowi poruszanie się w gąszczu informacji i przez to uatrakcyjnić w jego oczach dany przekaz. O takim przenikaniu i zacieraniu granic świadczy dodatkowo kontekst międzykulturowy badań prowadzonych w ramach wspomnianego wcześniej projektu „Persuasionsstile in Europa". Trudności w zdefiniowaniu samego pojęcia *komentarza* oraz w doborze spójnego korpusu świadczą nie tylko o różnicach kulturowych pomiędzy uczestnikami projektu, ale też i o potwierdzanych przez nich w dyskusjach projektowych postępujących na płaszczyźnie europejskiej procesach zacierania granic pomiędzy poszczególnymi gatunkami prasowymi oraz ich hybrydyzacji. Zaś wszechobecne elementy komentujące mogą być przyczynkiem do rosnącej roli gatunków publicystycznych we współczesnej prasie. Ich ekspansywność pozwala wysnuć daleko idące przypuszczenie, że być może niedługo w prasie będziemy trafiać głównie na gatunki komentujące rzeczywistość, natomiast będzie ona mogła obyć się bez gatunków czysto informacyjnych.

[63] M. Wojtak, *Gatunki prasowe*, *op. cit.*, s. 167.

Bibliografia

Adamzik K., *Die Zukunft der Text(sorten) linguistik. Textsortennetze, Textsortenfelder, Textsorten im Verbund*, [w:] *Zur Kulturspezifik von Textsorten*, red. U. Fix, St. Habscheid, J. Klein, Stauffenburg, Tübingen 2001.

Adamzik K., *Sprache. Wege zum Verstehen*, Utb Gmbh, Stuttgart 2007.

Adamzik K., *Textsortennetze*, [w:] *Textsorten, Handlungsmuster, Oberflächen. Linguistische Typologien der Kommunikation*, red. St. Habscheid, Walter de Gruyter, Berlin–Boston 2011.

Bildlinguistik. Theorien – Methoden – Fallbeispiele, red. H. Diekmannshenke, M. Klemm, H. Stöckl, Erich Schmidt Verlag, Berlin 2011.

Burger H. *Mediensprache. Eine Einführung in Sprache und Kommunikationsformen der Massenmedien*, Walter de Gruyter, Berlin 2005.

Burger H., *Textsorten in den Massenmedien*, [w:] *Text- und Gesprächslinguistik. Ein internationales Handbuch zeitgenössischer Forschung. 1. Halbband*, red. K. Brinker, G. Antos, W. Heinemann, S. Sager, Walter de Gruyter, Berlin–New York 2000.

Fix U., *Kanon und Auflösung des Kanons. Typologische Intertextualität – ein „postmodernes" Stilmittel?, Eine thesenhafte Darstellung*, [w:] *Die Zukunft der Textlinguistik. Traditionen, Transformationen, Trends*, red. G. Antos, H. Tietz, Max Niemeyer Verlag, Tübingen 1997.

Fras J., *Dziennikarski warsztat językowy*, Wydawnictwo UWr, Wrocław 1999.

Gansel Ch., Jürgens F., *Textlinguistik und Textgrammatik*, Westdeutscher Verlag, Wiesbaden 2002.

Hanus A., *Wariantywność gatunkowa w ujęciach kontrastywnych na przykładzie wybranych polskich i niemieckich tabloidów*, „tekst i dyskurs – text und dyskurs" 2014, nr 7.

Klein J., *Intertextualität, Geltungsmodus, Texthandlungsmuster. Drei vernachlässigte Kategorien der Textsortenforschung – exemplifiziert an politischen und medialen Textsorten*, [w:] *Textsorten. Reflexionen und Analysen*, red. K. Adamzik, Stauffenburg, Tübingen 2000.

Klein J., *Politische Textsorten*, [w:] *Aspekte der Textlinguistik*, red. K. Brinker, Georg Olms, Hildesheim 1991.

Lenk H., *Methodologische Probleme des Textsortenvergleichs am Beispiel des Kommentars*, „tekst i dyskurs – text und diskurs" 2012, nr 5.

Lenk H., *Textsortenhybride beim Kommentar*, [w:] *Hybridisierung und Differenzierung. Kontrastive Perspektiven linguistischer Medienanalyse*, red. M. Luginbühl, St. Hauser, Peter Lang, Bern 2015.

Linke A., *Trauer, Őffentlichkeit und Intimität. Zum Wandel der Textsorte 'Todesanzeige' in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts*, [w:] *Zur Kulturspezifik von Textsorten*, red. U. Fix, St. Habscheid, J. Klein, Stauffenburg, Tübingen 2001.

Lüger H.-H., *Pressesprache*, Niemeyer, Tübingen 1995.

Miarecki T., *Na początku było słowo, a potem komentarz*, [w:] *Dziennikarstwo od kuchni*, red. A. Niczyperowicz, TS Wydawnictwo, Poznań 2001.

Nowag W., Schalkowski E., *Kommentarund Glosse*, Wydawnictwo UVK, Konstanz 1998.

Opiłowski R., *Von der Textlinguistik zur Bildlinguistik. Sprache-Bild-Texte im neuen Forschungs paradigma*, „Czasopismo Stowarzyszenia Germanistów Polskich" 2013, nr 2.

Persuasionsstile in Europa. Methodologie und Empirie kontrastiver Untersuchungen zur Textsorte Kommentar, red. H.-H. Lenk, M. Vesalainen, Georg Olms, Hildesheim–Zürich–New York 2012.

Pisarek W., *Gatunek dziennikarski: informacja prasowa*, „Zeszyty Prasoznawcze" 1993, z. 3–4.

Püschel U., *„Puzzle-Texte" – Bemerkungen zum Textbegriff*, [w:] *Die Zukunft der Textlinguistik. Traditionen, Transformationen, Trends*, red. G. Antos, H. Tietz, Niemeyer, Tübingen 1997.

Skowronek B., *Mediolingwistyka. Wprowadzenie*, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Pedagogicznego, Kraków 2013.

Wojtak M., *Gatunki prasowe*, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2004.

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

Małgorzata Kita
Uniwersytet Śląski

KWESTIONARIUSZ PROUSTA I JEGO KONTYNUACJE W WYWIADZIE

Związki kwestionariusza[1] (Prousta, ale nie tylko tego, bo również wzorowanych na tej formule innych kwestionariuszy wchodzących w przestrzeń pola medialnego) z wywiadem medialnym są dwojakiej natury formalnej: formularz jest jedną z odmian gatunkowych wywiadu, czyli tekstem samodzielnym (np. stanowiącym jeden z elementów zawartości „Vanity Fair") lub też wchodzi w tkankę wywiadu jako moduł, jest więc składnikiem wywiadu, mogącym zaistnieć w dowolnej pozycji tekstu wywiadu[2]. Przykładu takiego właśnie usytuowania kwestionariusza dostarcza wywiad z Bartoszem Żurawieckim, rozpoczynający się od kwestionariusza, by potem przybrać formę wywiadu-rozmowy:

> Zdecydowałem się zacząć rozmowę od tzw. kwestionariusza Bernarda Pivota, prowadzącego przez wiele lat popularny we Francji program literacki *Bouillon de culture*.
>
> Jakie jest Twoje ulubione słowo?
>
> Bartosz Żurawiecki: seks.
>
> Jakie jest Twoje znienawidzone słowo?
>
> Bartosz Żurawiecki: normalny.
>
> Co Cię nakręca?
>
> Bartosz Żurawiecki: młodość.
>
> Co Cię zniechęca?
>
> Bartosz Żurawiecki: brak słońca.
>
> Jakie jest Twoje ulubione przekleństwo?
>
> Bartosz Żurawiecki: chujowy.
>
> Jaki dźwięk kochasz najbardziej?

[1] Definicja słownikowa *kwestionariusza* brzmi: 'druk zawierający pytania dotyczące określonych kwestii i puste miejsca na wpisanie odpowiedzi', http://sjp.pwn.pl/sjp/kwestionariusz;2565387 [dostęp: 29.04.2016]. S. Nowak nazywa kwestionariuszem „wszelki uprzednio przygotowany, podporządkowany celom badania zbiór pytań, bez względu na to, czy pytania są mniej lub bardziej sprecyzowane, czy oczekuje się na nie długiej i wyczerpującej odpowiedzi, czy też tylko podkreślenia jednej odpowiedzi uprzednio przygotowanej, wreszcie czy odpowiedź wpisywana jest przez badanego, czy też ankietera lub też osobę prowadzącą wywiad", https://mfiles.pl/pl/index.php/Kwestionariusz [dostęp: 29.04.2016].

[2] Zob. M. Kita, *Wywiad prasowy. Język – gatunek – interakcja*, Wydawnictwo UŚ, Katowice 1998.

Bartosz Żurawiecki: skrzypiące łóżko.
Jakiego dźwięku nienawidzisz?
Bartosz Żurawiecki: trzaskających drzwi.
Jaki zawód chciałbyś wykonywać?
Bartosz Żurawiecki: piosenkarza.
Jakiego zawodu nie chciałbyś nigdy wykonywać?
Bartosz Żurawiecki: kontrolera biletów.
Jeśli Niebo istnieje, co chciałbyś usłyszeć od Boga u bram raju?
Bartosz Żurawiecki: że mogę wrócić na Ziemię[3].

Wiek XIX, czas tworzenia się i kształtowania wywiadu prasowego[4], to także okres narodzin (w latach 60.) i popularności gry (zabawy) salonowej, którą Anglicy nazwali *Confessions*. Reguły przewidywały zadawanie określonych pytań, na które należało udzielać odpowiedzi. Można się domyślać, że nie musiały one podlegać kryterium szczerości – była to przecież zabawa, a nie spowiedź. A więc – z natury rzeczy – odpowiedzi powinny być zabawne, oryginalne, wywoływać rozbawienie i śmiech, pewnie także intrygować, zaciekawiać. Można sobie wyobrazić, że w surowym obyczajowo społeczeństwie wiktoriańskim *Confessions* stanowiły również rodzaj flirtu prowadzonego w bezpiecznych ramach zabawy towarzyskiej[5]. Poznawanie się przebiegało w konwencji lekkiej konwersacji, peł-

[3] http://www.postscriptum.us.edu.pl/pdf/ps2014_2_21.pdf [dostęp: 29.04.2016].

[4] Literatura dotycząca wywiadu w mediach jako gatunku jest obszerna; zob. np. M. Kita, *op. cit.*; B. Sobczak, *Wywiad telewizyjny na żywo. Charakterystyka gatunku*, Wydawnictwo Poznańskie Studia Polonistyczne, Poznań 2006; M. Steciąg, *Informacja, wywiad, felieton. Sposób istnienia tradycyjnych gatunków w radiu komercyjnym*, Oficyna Wydawnicza Uniwersytetu Zielonogórskiego, Zielona Góra 2006; J. Szylko-Kwas, *Wywiad telewizyjny – cechy twórcze a norma gatunkowa*, Oficyna Wydawnicza ASPRA-JR, Warszawa 2013; M. Ślawska, *Formy dialogu w gatunkach prasowych*, Wydawnictwo UŚ, Katowice 2014. O wywiadzie, głównie prasowym, wiele pisze M. Wojtak – zob. m.in. książki tej autorki: *Gatunki prasowe*, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2004; *Analiza gatunków prasowych. Podręcznik dla studentów dziennikarstwa i kierunków pokrewnych*, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2008; *Rozłożone gazety. Studia z zakresu prasowego dyskursu, języka i stylu*, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2015 oraz jej artykuły: *Rozmowa i coś jeszcze, czyli o strukturze wywiadu prasowego*, [w:] *Ad perpetuam rei memoriam. Profesorowi Wojciechowi Ryszardowi Rzepce z okazji 65. urodzin*, red. J. Migdał, Wydawnictwo Poznańskie Studia Polonistyczne, Poznań 2005, s. 429–438; *Kreatywność w wywiadzie a kreatywność wywiadu (na przykładzie przekazów prasowych)*, [w:] *Język polski. Współczesność. Historia*, red. W. Książek-Bryłowa, H. Duda, M. Nowak, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2009, s. 165–175; *Obraz indywidualnego świata wartości w wywiadzie (studium przypadku)*, [w:] *Media a wartości*, cz. 2: *Media drukowane i elektroniczne*, red. M. Gabryś-Sławińska, J. Aleksandruk, Kolegium Licencjackie UMCS w Białej Podlaskiej, Biała Podlaska 2013, s. 6–19; *Wartości w wywiadzie – wartość wywiadu*, [w:] *Współczesne media. Wartości w mediach, wartości mediów*, t. 2: *Wartości mediów*, red. I. Hofman, D. Kępa-Figura, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2014, s. 225–239.

[5] Zob. np. A. Gromkowska-Melosik, *Kobieta epoki wiktoriańskiej. Tożsamość, ciało i medykalizacja*, Oficyna Wydawnicza „Impuls", Kraków 2013. Zob. też http://www.polityka.pl/tygodnikpolityka/historia/221474,1,wiktorianskie-ladacznice.read [dostęp: 29.04.2016].

nej galanterii, którą można zestawić z niewinnym (?) flirtem Poety z młodymi krakowskimi damami w *Weselu* Stanisława Wyspiańskiego (1901):

POETA
Bawię panią galanterią
przez pół drwiąco, przez pół serio;
stąd się styl osobny stwarza:
nikt nikogo nie dosięga,
nikt nikogo nie obraża –
na łokcie różowa wstęga –
nie prowadzi do ołtarza. –
Tajemnicą jest kobieta.
MARYNA
Słucham, co to za wymowa!
POETA
Słowa, słowa, słowa, słowa.
MARYNA
Ale gdzie ta, ale gdzie ta!
POETA
Jakaż znów refleksja nowa?
MARYNA
Pan poeta, pan poeta[6].

Zabawa towarzyska *Confessions* zachowała atrakcyjność dla współczesnych zakochanych, którzy również traktują pytania o gusty, upodobania, poglądy, opinie itp. jako sposób poznawania się. Do takich rozmów przyzwyczaiły odbiorców liczne komedie romantyczne, w których sposobem na zbliżenie się do partnera jest wypytywanie go o to, co lubi, czego nie lubi. Znajdowanie punktów wspólnych przynosi radość i może być prognostykiem udanego związku. Zakochani widzą w tym potwierdzenie przekonania, że stanowią dwie połówki jabłka, idealnie do siebie pasujące.

W taką grę bawią się bohaterowie bestsellerowego cyklu powieściowego Stephenie Meyer *Zmierzch* (2005, wyd. pol. 2007). Zakochany nastolatek, a w istocie stuletni wampir, by poznać i zrozumieć dziewczynę, która podbiła jego serce, proponuje jej taką właśnie zabawę, nazwaną przez niego *przesłuchaniem* (trwa ono cały dzień). Dziewczyna przyjmuje tę konwencję, choć czasem pozornie proste pytania wprawiają ją w zakłopotanie.

– […] Dzisiaj to ja zadaję pytania.

– Rzeczywiście. W takim razie, co chciałbyś wiedzieć? – Zachodziłam w głowę, co mogłoby go interesować.

– **Jaki jest twój ulubiony kolor?** – spytał ze śmiertelnie poważną miną.

Przewróciłam oczami.

[6] http://literat.ug.edu.pl/~literat/wesele/index.htm [dostęp: 29.04.2016].

– To się zmienia z dnia na dzień.

– No to jaki jest twój ulubiony kolor dzisiaj?

– Chyba brązowy. Miałam w zwyczaju ubierać się zgodnie ze swoim nastrojem.

Edward zarzucił powagę i prychnął.

– Brązowy?

– Czemu nie? To taki ciepły kolor. Tu w Forks bardzo mi go brakuje. Wszystko, co powinno być brązowe – pożaliłam się – pnie drzew, skały, ziemia… wszystko pokrywa taki zielony, wilgotny nalot. Mech czy inne paskudztwo.

[…]

– **Jakie CD jest teraz w twoim odtwarzaczu?** – spytał takim tonem, jakby żądał ode mnie przyznania się do morderstwa.

[…]

Trwało to cały dzień. Czy to przed angielskim, po hiszpańskim, czy na lunchu, nieprzerwanie zasypywał mnie błahymi pytaniami. Opowiadałam mu więc o swoich ulubionych i znienawidzonych filmach, o tych paru miejscach, w których byłam, i mnóstwie tych, które chciałabym zobaczyć, a przede wszystkim o książkach, po prostu bez końca.

Nie pamiętam, kiedy ostatni raz mówiłam tak dużo. Często robiło mi się głupio, byłam bowiem przekonana, że go nudzę. Edward wydawał się jednak skupiony, a jego ciekawość nie słabła, nie przerywałam więc przesłuchania. Większość pytań była zresztą łatwa, tylko przy kilku spąsowiałam, ale też każdy rumieniec prowokował dalszą ich serię.

W jednym przypadku chodziło o mój **ulubiony kamień szlachetny**. Gdy zagapiłam się i bezmyślnie palnęłam „topaz", Edward natychmiast zasypał mnie gradem pytań. Czułam się niczym osoba biorąca udział w jednym z tych testów psychologicznych, w których należy odpowiadać pierwszym skojarzeniem. Byłam pewna, że nie dopytywałby się tak, gdyby nie moja reakcja, a spiekłam raka, ponieważ do niedawna moim ulubionym kamieniem był granat. Wpatrując się w miodowe oczy Edwarda, nie sposób było nie zauważyć, co wywołało tę zmianę. On z kolei za wszelką cenę pragnął dowiedzieć się, skąd to zawstydzenie.

[…]

Tym razem jednak zamilkł tylko na sekundę, a potem spytał o moje ulubione odmiany kwiatów. Odetchnęłam z ulgą. Mogliśmy kontynuować naszą dziwną sesję bez przeszkód[7].

Odpowiedzi na kwestionariuszowe pytania dostarczały zatem informacji o odpowiadającym, tworzyły jego wizerunek zgodny z tym, co sam zainteresowany chciał o sobie powiedzieć – jeśli nie szczerze, to przynajmniej nie kłamiąc jawnie. Odpowiadano na nie chętnie, zachowały się odpowiedzi tak znanych (później) osób, jak między innymi Karl Marx[8], Friedrich Engels[9], Camille Claudel[10].

[7] S. Meyer, *Zmierzch*, przeł. J. Urban, Wydawnictwo Dolnośląskie, Wrocław 2007, s. 187–189. Pogrubienia – M. K.

[8] https://www.marxists.org/archive/marx/works/1865/04/01.htm [dostęp: 29.04.2016].

[9] F. Touttavoult, *Confessions: Marx, Engels, Proust, Mallarmé, Cézanne*, Belin, Paris 1988. Dostępny online: https://en.usenet.nl/?FN=Confessions:.Marx,.Engels,.Proust,.Mallarm%C3%A9,.C%C3%A9zanne.pdf&utm_content=0_1&utm_source=AF_TA_100680&utm_campaign=434339&utm_medium=AFSI [dostęp: 29.04.2016].

[10] http://www.musee-rodin.fr/fr/collections/archives/confessions [dostęp: 29.04.2016].

Zyskały sławę dzięki Marcelowi Proustowi (1871–1922)[11], którego nazwisko zespoliło się na trwałe z formą kwestionariusza. Wybitny pisarz nie był, jak wynika z wcześniejszych konstatacji, autorem tekstu – ten był anonimowy, natomiast odpowiadał dwukrotnie na pytania.

Pierwszy kontakt Prousta z *Confessions* miał miejsce jeszcze w XIX wieku, kiedy nastoletni Marcel widzi album swojej przyjaciółki Antoinette (1871–1950; córka przyszłego prezydenta Francji Félixa Faure'a) zatytułowany *An Album to Record Thoughts, Feelings, & c*. To coś w rodzaju popularnego w tym czasie pamiętnika (sztambucha), do którego przyjaciele właściciela na jego prośbę *wpisują się* – zapisują (swoje lub nie) aforyzmy, wiersze, myśli dedykowane właścicielowi[12].

Proust ma 15 lat (1886) i odpowiada na pytania, które podsuwa mu Antoinette[13]. W pytaniach zachowany jest język angielski, odpowiedzi są po francusku[14]:

Your favourite virtue. – Toutes celles qui ne sont pas particulières à une secte, les universelles.

Your favourite qualities in a man. – L'intelligence, le sens moral.

Your favourite qualities in a woman. – La douceur, le naturel, l'intelligence.

Your favourite occupation. – La lecture, la rêverie, les vers, l'histoire, le théâtre.

Your chief characteristic. –

Your idea of happiness. – Vivre près de tous ceux que j'aime avec les charmes de la nature, une quantité de livres et de partitions, et pas loin un théâtre français.

Your idea of misery. – Etre séparé de maman.

Your favourite colour and flower. – Je les aime toutes, et pour les fleurs, je ne sais pas.

If not yourself, who would you be? – N'ayant pas à me poser la question, je préfère ne pas la résoudre. J'aurais cependant bien aimé être Pline le jeune.

Where would you like to live? – Au pays de l'idéal, ou plutôt de mon idéal.

Your favourite prose authors. – George Sand, Aug. Thierry.

Your favourite poets. – Musset.

Your favourite painters and composers. – Meissonnier, Mozart, Gounod.

Your favourite heroes in real life. – Un milieu entre Socrate, Périclès, Mahomet, Musset, Pline le Jeune, Aug. Thierry.

Your favourite heroines in real life. – Une femme de génie ayant l'existence d'une femme ordinaire.

Your favourite heroes in fiction. – Les héros romanesques poétiques, ceux qui sont un idéal plutôt qu'un modèle.

---

[11] Zob. biografie Marcela Prousta: J.-Y. Tadié, *Marcel Proust, biographie*, Gallimard, Paris 1996; Y.-M. Ergal, *Proust, biographie et extraits commentés*, Biotop, Paris 2008; Y.-M. Ergal, *Marcel Proust 1871–1922*, SEM, Presses Universitaires de France, Paris 2010.

[12] Na marginesie przypomnę w tym miejscu znany wiersz Juliusza Słowackiego *W pamiętniku Zofii Bobrówny* będący reakcją na prośbę dziewczynki, by poeta wpisał się do jej sztambucha.

[13] Zob. ilustrację: https://ireneetlalitterature.files.wordpress.com/2013/07/publication1.jpg [dostęp: 29.04.2016].

[14] http://www.library.illinois.edu/kolbp/proust/qst.html [dostęp: 29.04.2016].

Your favourite heroines in fiction. – Celles qui sont plus que des femmes sans sortir de leur sexe, tout ce qui est tendre poétique, pur, beau dans tous les genres.

Your favourite food and drink. –

Your favourite names. –

Your pet aversion. – Les gens qui ne sentent pas ce qui est bien, qui ignorent les douceurs de l'affection.

What characters in history do you most dislike. –

What is your present state of mind. –

For what fault have you most toleration? – Pour la vie privée des génies.

Your favourite motto. – Une qui ne peut pas se résumer parce que sa plus simple expression est ce qu'[il y] a de beau, de bon, de grand dans la nature[15].

[15] Twoja ulubiona cnota. – Wszystkie te, które nie mają charakteru sekciarskiego, cechy uniwersalne.

Cechy, które cenisz u mężczyzny. – Inteligencja, poczucie moralności.

Cechy, które cenisz u kobiety. – Łagodność, naturalność, inteligencja.

Twoje ulubione zajęcie. – Lektura, marzenie, poezja, historia, teatr.

Twoja główna cecha? –

Twoje wyobrażenie o szczęściu. – Żyć blisko tych, których kocham, wśród uroków natury, mnogości książek i partytur, niedaleko od teatru francuskiego.

Twoje wyobrażenie o nieszczęściu. – Być rozdzielonym z mamą.

Twój ulubiony kolor i kwiat. – Lubię wszystkie, a co do kwiatów, to nie wiem.

Kim lub czym chciałbyś być, gdybyś nie był tym, kim jesteś? – Ponieważ nie zadawałem sobie tego pytania, wolę nie odpowiadać na nie. Jednak chciałbym być Pliniuszem Młodszym.

Gdzie chciałbyś żyć? – W kraju idealnym albo raczej idealnym według mnie.

Twoi ulubieni prozaicy. – George Sand, Aug. Thierry.

Twoi ulubieni poeci. – Musset.

Twoi ulubieni malarze i kompozytorzy. – Meissonnier, Mozart, Gounod.

Twoi ulubieni bohaterowie w prawdziwym życiu. – Pomiędzy Sokratesem, Peryklesem, Mahometem, Mussetem, Pliniuszem Młodszym, Augustinem Thierry'm.

Twoje ulubione bohaterki w prawdziwym życiu. – Genialna kobieta wiodąca życie kobiety zwyczajnej.

Twoi ulubieni bohaterowie w literaturze. – Poetyccy bohaterowie romantyczni, tacy, którzy są raczej idealni niż wzorcowi.

Twoje ulubione bohaterki w literaturze. – Wszystkie, które są czymś więcej niż kobietą, nie przekraczając jednak granic swojej płci, czułe, poetyckie, czyste, piękne pod każdym względem.

Twoja ulubiona potrawa i napój. –

Twoje ulubione nazwiska. –

Co budzi twoją awersję? – Ludzie, którzy nie czują tego, co jest dobre, którzy nie znają słodyczy uczuć.

Jakich postaci historycznych nie lubisz? –

Jaki jest twój obecny stan umysłu? –

Wobec jakich błędów wykazujesz największą tolerancję? – Wobec prywatnego życia geniuszy.

Twoje ulubione motto. – Trudno to wyrazić zwięźle, ponieważ sprowadza się do tego, co jest w naturze piękne, dobre, wielkie.

Nie był to jedyny kontakt późniejszego pisarza z pytaniami. Sławę zyskały odpowiedzi Marcela Prousta z ok. 1890 roku[16], z czasu jego rocznego wolontariatu wojskowego w Orléans, zatytułowane już bardzo nowocześnie i wizerunkowo, jak byśmy dziś powiedzieli: *Marcel Proust par lui-même*[17]. Młodzieniec podejmuje próbę autoanalizy, podchodzi do zabawy rzetelnie, ale i z poczuciem humoru. Traktuje również ten obowiązek kreatywnie, lekko modyfikując angielski oryginał: nie tylko go tłumaczy na francuski, ale także zastępuje interakcyjny charakter angielskich *Confessions* skłaniającą do introspekcji pierwszoosobową formą gramatyczną, a zaimek dzierżawczy *your* – zaimkiem *mon*/*ma*. Pomija też niektóre pytania, a dodaje własne[18]:

Marcel Proust par lui-même

Le principal trait de mon caractère. – Le besoin d'être aimé et, pour préciser, le besoin d'être caressé et gâté bien plus que le besoin d'être admiré.

La qualité que je désire chez un homme. – Des charmes féminins.

La qualité que je désire chez une femme. – Des vertus d'homme et la franchise dans la camaraderie.

Ce que j'apprécie le plus chez mes amis. – D'être tendre pour moi, si leur personne est assez exquise pour donner un grand prix à leur tendresse.

Mon principal défaut. – Ne pas savoir, ne pas pouvoir „vouloir".

Mon occupation préférée. – Aimer.

Mon rêve de bonheur. – J'ai peur qu'il ne soit pas assez élevé, je n'ose pas le dire, j'ai peur de le détruire en le disant.

Quel serait mon plus grand malheur. – Ne pas avoir connu ma mère ni ma grand-mère.

Ce que je voudrais être. – Moi, comme les gens que j'admire me voudraient.

Le pays où je désirerais vivre. – Celui où certaines choses que je voudrais se réaliseraient comme par un enchantement et où les tendresses seraient toujours partagées.

La couleur que je préfère. – La beauté n'est pas dans les couleurs, mais dans leur harmonie.

L'oiseau que je préfère. – L'hirondelle.

Mes auteurs favoris en prose. – Aujourd'hui Anatole France et Pierre Loti.

Mes poètes préférés. – Baudelaire et Alfred de Vigny.

Mes héros dans la fiction. – Hamlet.

Mes héroïnes favorites dans la fiction. – Bérénice.

Mes compositeurs préférés. – Beethoven, Wagner, Schumann.

Mes peintres favoris. – Léonard de Vinci, Rembrandt.

Mes héros dans la vie réelle. – M. Darlu, M. Boutroux.

Mes héroïnes dans l'histoire. – Cléopâtre.

[16] Zob. ilustrację na: http://salahstetie.net/wp-content/uploads/questionnaire_original.jpg [dostęp: 29.04.2016]. Rękopis sprzedano na aukcji 27 maja 2003 roku za 102 000 euro. A został odnaleziony przez André Berge'a, syna René Berge'a i Antoinette Faure. To w jej rzeczach zachował się słynny rękopis, po raz pierwszy opublikowany w 1924 roku, zob. A. Berge, *Autour d'une trouvaille*, „Cahiers du Mois" 1er décembre 1924, nr 7, s. 5–18.

[17] Taką samą technikę znajdujemy w słynnym dziele *Roland Barthes / par Roland Barthes*, Éditions du Seuil, Paris 1975.

[18] http://www.library.illinois.edu/kolbp/proust/qst.html [dostęp: 29.04.2016].

Mes noms favoris. – Je n'en aiqu'un à la fois.
Ce que je déteste par-dessus tout. – Ce qu'il y a de mal en moi.
Caractères historiques que je méprise le plus. – Je ne suis pas assez instruit.
Le fait militaire que j'admire le plus. – Mon volontariat!
La réforme que j'estime le plus. –
Le don de la nature que je voudrais avoir. – La volonté, et des séductions.
Comment j'aimerais mourir. – Meilleur – et aimé.
État présent de mon esprit. – L'ennui d'avoir pensé à moi pour répondre à toutes ces questions.
Fautes qui m'inspirent le plus d'indulgence. – Celles que je comprends.
Ma devise. – J'aurais trop peur qu'elle ne me porte malheur[19].

[19] *Marcel Proust* [opowiedziany – M. K.] *przez samego siebie*
Główna cecha mojego charakteru. – Potrzeba bycia kochanym, a dokładniej: potrzeba bycia pieszczonym i psutym bardziej niż potrzeba bycia podziwianym.
Cecha, której pragnę u mężczyzny. – Kobiecy urok.
Cecha, której pragnę u kobiety. – Cnoty męskie i szczerość w koleżeństwie.
To, co cenię najbardziej u przyjaciół. – Czułość wobec mnie, o ile są oni wystarczająco wytworni, by nadać swojej czułości wartość.
Moja zasadnicza wada. – Nie umieć, nie móc „chcieć".
Moje ulubione zajęcie. – Kochać.
Moje marzenie o szczęściu. – Obawiam się, żeby nie było zbyt wyolbrzymione, nie śmiem tego wypowiedzieć, boję się, że je zniszczę, mówiąc o nim.
Co byłoby moim największym nieszczęściem. – Nie poznać matki ani babki.
To, czym chciałbym być. – Sobą, takim, jakim ludzie, których podziwiam, chcieliby, żebym był.
Kraj, w którym pragnąłbym żyć. – Taki, w którym pewne rzeczy urzeczywistniałyby się jak za dotknięciem czarodziejskiej różdżki i w którym czułość byłaby zawsze wzajemna.
Kolor, który lubię. – Piękno nie tkwi w kolorach, lecz w ich harmonii.
Ptak, którego lubię. – Jaskółka.
Moi ulubieni prozaicy. – Dziś Anatole France i Pierre Loti.
Moi ulubieni poeci. – Baudelaire i Alfred de Vigny.
Moi bohaterowie literaccy. – Hamlet.
Moje ulubione bohaterki literackie. – Berenika.
Moi ulubieni kompozytorzy. – Beethoven, Wagner, Schumann.
Moi ulubieni malarze. – Leonardo da Vinci, Rembrandt.
Moi bohaterowie w życiu rzeczywistym. – Pan Darlu, pan Boutroux.
Moje bohaterki w historii. – Kleopatra.
Moje ulubione nazwiska. – Mam tylko jedno naraz.
To, czego nie znoszę ponad wszystko. – To, co jest we mnie złego.
Cechy historyczne, którymi najbardziej gardzę. – Nie jestem wystarczająco wykształcony.
Fakt militarny, który najbardziej podziwiam. – Mój wolontariat!
Reforma, którą najbardziej szanuję. –
Dar natury, który chciałbym mieć. – Wola i uwodzicielski urok.
Jak chciałbym umrzeć. – Lepszy – i kochany.
Obecny stan moje umysłu. – Zakłopotanie, że musiałem myśleć o sobie, aby odpowiedzieć na te wszystkie pytania.
Błędy, które wywołują moją wyrozumiałość. – Te, które rozumiem.
Moja dewiza. – Bałbym się zbyt, by nie przyniosła mi nieszczęścia.

W XX wieku gatunek ze sfery prywatnej, o prymarnej funkcji ludycznej, z towarzyszącymi funkcjami interakcyjną i poznawczą, zostaje przeniesiony do sfery publicznej, zmieniając tym samym swój kontekst życiowy. Media masowe wykorzystują popularność, atrakcyjność i prestiż Kwestionariusza Prousta jako magnes przyciągający odbiorcę i formę otwierającą dostęp do osobowości osób znanych, sławnych. Funkcjonując w polu medialnym, kwestionariusz tworzy iluzję kontaktu bezpośredniego, jaki miał miejsce w czasie zabawy.

Kwestionariusz wchodzi w pole gatunkowe wywiadu: jako sekwencja odpowiedzi na stałe, utrwalone tradycją pytania, udzielanych na potrzeby odbiorcy medialnego (to definicyjne właściwości wywiadu). Tak więc intymność zabawy w poznawanie się w wąskim gronie podlega neutralizacji, kiedy Kwestionariusz Prousta staje się częścią dyskursu medialnego. Kwestionariusz Prousta odnajduje się bez szkody w prasie w różnych krajach. Media audiowizualne adaptują go na swoje potrzeby i do swoich wymogów[20].

Respondenci poddają się dobrowolnie autoanalizie, wiwisekcji. Kwestionariusz ma potencjał (illokucję) mentalny skłaniający do refleksyjnego podejścia do samego siebie. Pytania inicjujące są i proste, błahe, i trudne, filozoficzne, egzystencjalne.

Odpowiedź na: *Twój ulubiony kolor* nie wymaga chyba większego namysłu. Ale już pytanie *Jak chciałbyś umrzeć?*, wywołujące rozbawienie u odpowiadającej młodzieży jako abstrakcyjne i niewyobrażalne w takim wieku, u osób starszych może ocierać się o tabu. Zmusza do myślenia o tym, co współczesny człowiek wypiera, spycha na margines[21]. Odpowiedzi pokazują, że wydarzenie ostateczne projektuje się w kategoriach estetycznych i epikurejskich. Przywodzą na myśl scenariusz odejścia, jaki przygotował rzymski *arbiter elegantiae* – Petroniusz: „– Eunice! – rzekł. – Chcę umrzeć pogodnie". I w trakcie pożegnalnej wieczerzy dodał: „– Chcę się weselić, pić wino, słuchać muzyki, patrzeć na te oto boskie kształty, które obok mnie widzicie, a potem zasnąć z uwieńczoną głową"[22].

Współcześnie celebryci też deklarują się jako zwolennicy *ars bene moriendi*: śmierć ma być dobra i piękna[23]:

[20] Zob. np. http://www.ina.fr/recherche/search?search=questionnaire+proust [dostęp: 29.04.2016].

[21] Zob. M. Vovelle, *Śmierć w cywilizacji Zachodu: od roku 1300 po współczesność*, tłum. T. Swoboda oraz M. Ochab, M. Sawiczewska-Lorkowska, D. Senczyszyn, słowo/obraz terytoria, Gdańsk 2004.

[22] http://literat.ug.edu.pl/quovadis/0074.htm, rozdz. LXXIV [dostęp: 29.04.2016].

[23] Cytaty pochodzą z: *„Vanity Fair". Kwestionariusz Prousta. 101 wyznań gwiazd o miłości, śmierci, szczęściu i sensie życia*, red. G. Carter, tłum. O. Siara, K. Gąsiorowska, Kurhaus, Warszawa 2013.

W spokoju – trzymając za rękę mojego męża. (Julie Andrews, s. 15)

Wiedząc, że zostawiam po sobie coś dobrego. (Giorgio Armani, s. 17)

Na bezbolesną chorobę, wiedząc o tym z miesięcznym wyprzedzeniem, w wiosenny dzień, otrzymawszy jakąś dobrą wiadomość. (Margaret Atwood, s. 19)

Chciałabym nie umrzeć. (Lauren Bacall, s. 21)

Śpiąc, mając piękny sen. (Tony Bennett, s. 29)

Grając jazz na fortepianie. (Dave Brubeck, s. 39)

Z godnością – we śnie i w bardzo podeszłym wieku. (Joan Collins, s. 63)

We śnie, po imprezie z okazji nastania trwałego pokoju na świecie. (Walter Cronkite, s. 67)

Wolałabym żyć bez końca w doskonałym zdrowiu, ale jeżeli muszę kiedyś opuścić ten świat, wolałabym leżeć wtedy wygodnie na szezlągu, wyperfumowana, w welurowym szlafroczku i kolczykach z pereł, mając pod ręką lampkę szampana, tuż po odgadnięciu ostatniego hasła w krzyżówce hetmańskiej. (Olivia de Havilland, s. 73)

Śniąc o tych, których kocham. (Oscar de la Renta, s. 75)

W łóżku we własnym domu, w otoczeniu najbliższych. Widzę tę scenę całkiem wyraźnie i się jej nie boję. (Jane Fonda, s. 91)

W ramionach osoby, którą kocham. (Donna Karan, s. 117)

Nienawidzę myśli o śmierci – wolę zniknąć. (Karl Lagerfeld, s. 123)

Długo się nad tym zastanawiałam. Nie ma takiego sposobu. (Elaine May, s. 147)

Na zawał serca w Kodak Theatre w chwili, gdy ogłoszą, że zdobyłem Oscara dla najlepszego aktora za rolę w filmie *Terminator 3*. (Arnold Schwarzenegger, s. 181)

Nad rzeką, w Szkocji, z butelką dobrego wina w dłoni. (Emma Thompson, s. 197)

To pytanie pokazuje, że interesująca i owocna będzie „pionowa" lektura kwestionariusza z odpowiedziami konkretnej osoby – bo tworząca obraz jej osobowości, ale też wiele przyniesie lektura „pozioma", czyli odpowiedzi różnych osób na wybrane pytanie – bo mogą pokazać tendencje, style, mody danego czasu.

Najbardziej znanym użyciem Kwestionariusza Prousta w prasie jest włączenie go w zakres treści „Vanity Fair", począwszy od 1993 roku. Jest to popularne amerykańskie czasopismo poświęcone kulturze, polityce, życiu gwiazd i modzie, wydawane przez Condé Nast Publications od roku 1983 (choć jego historia sięga roku 1913). Rubryka cieszy się od początku niesłabnącą popularnością wśród czytelników, a ludzie z różnych dziedzin życia publicznego chętnie poddają się odpytywaniu. Dzięki temu trwa i nadal budzi zainteresowanie: „Przeglądając wpisy w tej książce, szybko zdacie sobie sprawę, że zarówno te szczere, jak i ironiczne, a także głębokie odpowiedzi składają się na 101 opowieści rzucających światło na życie kulturowych gigantów naszej ery"[24].

Zaintrygowany czytelnik pewnie będzie się głowił, czy odpowiedzi Arnolda Schwarzeneggera (z 2003) odpowiadają prawdzie, czy są żartem lub kpiną (Z kogo? Z samego kwestionariusza? Z samego siebie?):

[24] *Ibidem*, s. 10.

Czego boisz się najbardziej?
Przeraża mnie depilacja bikini woskiem. Miałem bardzo przykre doświadczenie w 1978 roku.

Co jest twoją największą ekstrawagancją?
Mam obsesję na punkcie butów.

Jakich słów lub zwrotów najczęściej nadużywasz?
„Maria, powiedziałem przepraszam" i „Tak, kochanie".

Co uważasz za największe nieszczęście?
Czytałeś recenzję *Bohatera ostatniej akcji*?

Kto jest twoim ulubionym pisarzem?
Największą wyobraźnię mają księgowi w studiach filmowych[25].

O technikach zbierania kwestionariuszy czytamy we wstępie do ich książkowego wydania: „Początkowo zatytułowaliśmy tę rubrykę *Badanie społeczne*. Wywiady prowadziła przez telefon Nell Scovell, dziennikarka «Vanity Fair» […]. Cztery lata później przechrzciliśmy ją na *Kwestionariusz Prousta*, a z czasem większość respondentów zaczęła przysyłać odpowiedzi faksem i e-mailem"[26].

Integralnym składnikiem rubryki jest rysunek – karykatura bohatera stworzona przez Roberta Risko[27]. Stanowi to nawiązanie do tradycji pisma, które wielką uwagę kieruje na stronę graficzną. Z „Vanity Fair" współpracowali znakomici rysownicy, tacy jak Miguel Covarrubias, Will Cotton czy Paolo Garetto oraz wybitni fotograficy: Helmut Newton czy Annie Leibovitz, Bruce Weber, Mario Testino, Herb Ritts, Snowdon, David La Chapelle i wielu innych. Fotografie „Vanity Fair" wzbudzają zachwyt, ale i kontrowersje. Ważne z punktu widzenia skuteczności jest to, że nie pozostawiają odbiorców obojętnymi.

Kwestionariusz Prousta używany przez „Vanity Fair" jest zmodyfikowaną wersją oryginału: składa się z wybieranych każdorazowo około 20 pytań.

Będący początkowo zabawą salonową, staje się – dzięki respondentom, którzy na różne sposoby i w różnym trybie reagują na pytania – źródłem wiedzy „o miłości, śmierci, szczęściu i sensie życia", jak brzmi podtytuł albumowego wydania kwestionariuszy zrealizowanych dla „Vanity Fair"; nawet jeśli ma walor promocyjny, odpowiada to zawartości tomu.

To [Kwestionariusz Prousta – M. K.] rozrywka nie gorsza niż opowiadanie anegdot czy śpiewanie rosyjskich pieśni przy ognisku. Któż z nas nie sięgał zresztą po ołówek, by zakreślić w kolorowym piśmie własne odpowiedzi w takiej czy innej psychozabawie, któż nie podliczał punktów i nie sprawdzał na przedostatniej stronie, czy jest potencjalnym zabójcą czy raczej ofiarą, czy nadaje się na szefa czy na niewolnika, albo czy jest seksualnie do przodu czy raczej

[25] *Ibidem*, s. 181.

[26] *Ibidem*, s. 10.

[27] Biografię karykaturzysty zob.: https://en.wikipedia.org/wiki/Robert_Risko [dostęp: 29.04.2016]. Jego rysunki znajdują się na: http://www.robertrisko.com/ [dostęp: 29.04.2016].

żałośnie w łóżku zacofany. Kwestionariusz Prousta stawia jednak przy okazji kwestię podstawową i odwieczną: w jaki sposób opisywać świat, a przede wszystkim nas samych? Czy do sedna docierać w długich analizach albo introspekcjach, czy też łapać całość w epifaniach sentencji, w błyskach paru słów?[28].

W kwestionariuszu nie przewiduje się dopytywania, prośby o dopowiedzenie, wyjaśnienie. Tym samym ciężar interpretacji wypowiedzi i intencji respondenta spoczywa w pełni na odbiorcy. Rola dziennikarza – w wywiadzie pełni on ich kilka – sprowadza się do zadania pytania i rejestracji odpowiedzi. Ograniczenie takie sprawia, że cała odpowiedzialność za tekst przechodzi na odpowiadającego. Mówi on to, co chce powiedzieć, i tylko to.

Zainteresowanie mediów formą kwestionariuszową sprawiło, że powstają nowe wersje Kwestionariusza Prousta.

Formalny model kwestionariusza, inspirując się popularnym Kwestionariuszem Prousta, wykorzystał Bernard Pivot (1935), francuski dziennikarz prasowy i telewizyjny, prowadzący w telewizji francuskiej programy o tematyce kulturalnej, animator kultury, przewodniczący Akademii Goncourtów (od 2004)[29]. Uczestniczy on aktywnie w życiu serwisu społecznościowego[30], publikuje też wybór tweetów *Les Tweets sont des chats* (Albin Michel, 2013).

Jest cenionym rozmówcą w swoich programach, przeprowadza wywiady z osobistościami życia francuskiego (m.in. z Marguerite Yourcenar czy Aleksandrem Sołżenicynem). Pasja zadawania pytań, demonstrowana w audycjach telewizyjnych, leży u podstaw powieści autobiograficznej Bernarda Pivota *Oui, mais quelle est la question? Roman autobiographique* (2012)[31].

Skoro podstawą prowadzenia wywiadów-rozmów są pytania[32], Bernard Pivot zwraca się do gatunku zwanego *nomen omen* kwestionariuszem (łac. *quaestiō* ‘pytanie’), by stworzyć zestaw pytań stosowanych w jego rozmowach z ludźmi kultury, w tym z pisarzami. Poprzednikiem jest, oczywiście, sławny już Kwestio-

[28] http: // wyborcza.pl / magazyn / 1,129628,12914240,Kwestionariusz_ Prousta.html [dostęp: 29.04.2016].

[29] Zob. biografię na: http://www.academie-goncourt.fr/?membre=1226769355. Zob. też http: //www.lexpress.fr/culture/livre/tout-ce-que-vous-vouliez-savoir-sur-bernard-pivot-sans-oser-le-demander_1169088.html [dostęp: 29.04.2016].

[30] http://www.lefigaro.fr/livres/2013/05/03/03005--20130503ARTFIG00429-bernard-pivot-maitre-es-tweets.php [dostęp: 29.04.2016].

[31] http: // www.lexpress.fr/culture/livre/tout-ce-que-vous-vouliez-savoir-sur-bernard-pivot-sans-oser-le-demander_1169088.html [dostęp: 29.04.2016].

[32] Por. *Qu'y a-t-il dans la tête d'un interviewer? Des questions. Toujours des questions (Co tkwi w głowie przeprowadzającego wywiad? Pytania. Ciągle pytania)*, http://www.lexpress.fr/culture/livre/tout-ce-que-vous-vouliez-savoir-sur-bernard-pivot-sans-oser-le-demander_1169088.html [dostęp: 29.04.2016].

nariusz Prousta. Nowy zyskał nazwę Kwestionariusza Pivota i był wykorzystywany w programie *Bouillon de culture* (1991–2001) na kanale Antenne 2, obecnie France 2. Odpowiadali na niego aktorzy, artyści, politycy, pisarze. Sam autor też wziął udział w zabawie[33].

Popularność Kwestionariusza Pivota została zdyskontowana za Atlantykiem w programie *talk-show Za drzwiami Actors Studio* (ang. *Inside the Actors Studio*) prowadzonym przez Jamesa Liptona od 1994 roku. Biorą w nim udział reżyserzy, scenografowie, aktorzy, muzycy. Znaczną część widowiska stanowią indywidualne wywiady-rozmowy, których animatorem jest James Lipton, po nich następuje przeprowadzenie kwestionariusza stworzonego przez Pivota. Ze względu na poprawność polityczną ostatnie pytanie: *Si Dieu existe, qu'aimeriez-vous, après votre mort, l'entendre vous dire?* Zostało tu zastąpione neutralną wersją: *If heaven exists, what would you like to hear God say when you arrive at the pearly gates?*

Zakończenie

Wywiad w toku ewolucji trwającej prawie dwa wieki zmieniał się. Wśród różnych form gatunkowych istnieje wywiad konwersacyjny, nawiązujący pragmatycznie do gatunku tekstu określanego jako salonowy, czyli do lekkiej, niezobowiązującej rozmowy, której funkcją zasadniczą było sprawianie rozmówcom przyjemności przez rozmawianie. Taka forma wywiadu w dzisiejszej rzeczywistości stanowi przestrzeń *residuum* tego gatunku w regresie. Włączony w rodzinę wywiadu Kwestionariusz Prousta, a w następstwie jego popularności także liczne warianty, ma swoje korzenie w XIX-wiecznej kulturze salonu. Nie tracąc potencjału ludycznego, stał się w mediach gatunkiem o walorze poznawczym, kiedy jest stosowany samodzielnie lub jako moduł w wywiadzie wizerunkowym.

Adaptacje, jakim podlega w mediach masowych Kwestionariusz Prousta, polegają na wyborze pytań z kwestionariusza oryginalnego (zmiany ilościowe) i na tworzeniu nowych pytań, które proponuje się respondentom (zmiany jakościowe)[34].

[33] Zob. http://www.nikibar.com/publications/Questionnaires/questionnaire-de-bernard-pivot.html [dostęp: 29.04.2016].

[34] W artykule omówiłam tylko najważniejsze kwestionariusze nawiązujące do prototypu tego gatunku.

Bibliografia

Opracowania

Berge A., *Autour d'une trouvaille*, „Cahiers du Mois" 1er décembre 1924, nr 7.

Ergal Y.-M., *Marcel Proust 1871–1922,* SEM, Presses Universitaires de France, Paris 2010.

Ergal Y.-M., *Proust, biographie et extraits commentés*, Biotop, Paris 2008.

Gromkowska-Melosik A., *Kobieta epoki wiktoriańskiej. Tożsamość, ciało i medykalizacja*, Oficyna Wydawnicza „Impuls", Kraków 2013.

Kita M., *Wywiad prasowy. Język – gatunek – interakcja*, Wydawnictwo UŚ, Katowice 1998.

Meyer S., *Zmierzch*, przeł. J. Urban, Wydawnictwo Dolnośląskie, Wrocław 2007.

Roland Barthes / par Roland Barthes, Éditions du Seuil, Paris 1975.

Sobczak B., *Wywiad telewizyjny na żywo. Charakterystyka gatunku*, Wydawnictwo Poznańskie Studia Polonistyczne, Poznań 2006.

Steciąg M., *Informacja, wywiad, felieton. Sposób istnienia tradycyjnych gatunków w radiu komercyjnym*, Oficyna Wydawnicza Uniwersytetu Zielonogórskiego, Zielona Góra 2006.

Szylko-Kwas J., *Wywiad telewizyjny – cechy twórcze a norma gatunkowa*, Oficyna Wydawnicza ASPRA-JR, Warszawa 2013.

Ślawska M., *Formy dialogu w gatunkach prasowych*, Wydawnictwo UŚ, Katowice 2014.

Tadié J.-Y., *Marcel Proust, biographie*, Gallimard, Paris 1996.

„Vanity Fair". Kwestionariusz Prousta. 101 wyznań gwiazd o miłości, śmierci, szczęściu i sensie życia, red. G. Carter, tłum. O. Siara, K. Gąsiorowska, Kurhaus, Warszawa 2013.

Vovelle M., *Śmierć w cywilizacji Zachodu: od roku 1300 po współczesność*, tłum. T. Swoboda oraz M. Ochab, M. Sawiczewska-Lorkowska, D. Senczyszyn, słowo/obraz terytoria, Gdańsk 2004.

Wojtak M., *Analiza gatunków prasowych. Podręcznik dla studentów dziennikarstwa i kierunków pokrewnych*, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2008.

Wojtak M., *Gatunki prasowe*, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2004.

Wojtak M., *Kreatywność w wywiadzie a kreatywność wywiadu (na przykładzie przekazów prasowych)*, [w:] *Język polski. Współczesność. Historia*, red. W. Książek-Bryłowa, H. Duda, M. Nowak, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2009.

Wojtak M., *Obraz indywidualnego świata wartości w wywiadzie (studium przypadku)*, [w:] *Media a wartości*, cz. 2: *Media drukowane i elektroniczne*, red. M. Gabryś-Sławińska, J. Aleksandruk, Kolegium Licencjackie UMCS w Białej Podlaskiej, Biała Podlaska 2013.

Wojtak M., *Rozłożone gazety. Studia z zakresu prasowego dyskursu, języka i stylu*, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2015.

Wojtak M., *Rozmowa i coś jeszcze, czyli o strukturze wywiadu prasowego*, [w:] *Ad perpetuam rei memoriam. Profesorowi Wojciechowi Ryszardowi Rzepce z okazji 65. urodzin*, red. J. Migdał, Wydawnictwo Poznańskie Studia Polonistyczne, Poznań 2005.

Wojtak M., *Wartości w wywiadzie – wartość wywiadu*, [w:] *Współczesne media. Wartości w mediach, wartości mediów*, t. 2: *Wartości mediów*, red. I. Hofman, D. Kępa-Figura, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2014.

Źródła internetowe

http://literat.ug.edu.pl/~literat/wesele/index.htm [dostęp: 29.04.2016].
http://literat.ug.edu.pl/quovadis/0074.htm, rozdz. LXXIV [dostęp: 29.04.2016].
http://salahstetie.net/wp-content/uploads/questionnaire_original.jpg [dostęp: 29.04.2016].
http://sjp.pwn.pl/sjp/kwestionariusz;2565387 [dostęp: 29.04.2016].
http://www.academie-goncourt.fr/?membre=1226769355 [dostęp: 29.04.2016].
http://www.ina.fr/recherche/search?search=questionnaire+proust [dostęp: 29.04.2016].
http://www.lefigaro.fr/livres/2013/05/03/03005--20130503ARTFIG00429-bernard-pivot-maitre-es-tweets.php [dostęp: 29.04.2016].
http://www.lexpress.fr/culture/livre/tout-ce-que-vous-vouliez-savoir-sur-bernard-pivot-sans-oser-le-demander_1169088.html [dostęp: 29.04.2016].
http://www.lexpress.fr/culture/livre/tout-ce-que-vous-vouliez-savoir-sur-bernard-pivot-sans-oser-le-demander_1169088.html [dostęp: 29.04.2016].
http://www.lexpress.fr/culture/livre/tout-ce-que-vous-vouliez-savoir-sur-bernard-pivot-sans-oser-le-demander_1169088.html [dostęp: 29.04.2016].
http://www.library.illinois.edu/kolbp/proust/qst.html [dostęp: 29.04.2016].
http://www.library.illinois.edu/kolbp/proust/qst.html [dostęp: 29.04.2016].
http://www.musee-rodin.fr/fr/collections/archives/confessions [dostęp: 29.04.2016].
http://www.nikibar.com/publications/Questionnaires/questionnaire-de-bernard-pivot.html [dostęp: 29.04.2016].
http://www.polityka.pl/tygodnikpolityka/historia/221474,1,wiktorianskie-ladacznice.read [dostęp: 29.04.2016].
http://www.postscriptum.us.edu.pl/pdf/ps2014_2_21.pdf [dostęp: 29.04.2016].
http://www.robertrisko.com/ [dostęp: 29.04.2016].
http://wyborcza.pl/magazyn/1,129628,12914240,Kwestionariusz_Prousta.html [dostęp: 29.04.2016].
https://en.wikipedia.org/wiki/Robert_Risko [dostęp: 29.04.2016].
https://ireneetlalitterature.files.wordpress.com/2013/07/publication1.jpg [dostęp: 29.04.2016].
https://mfiles.pl/pl/index.php/Kwestionariusz [dostęp: 29.04.2016].
https://www.marxists.org/archive/marx/works/1865/04/01.htm [dostęp: 29.04.2016].
Touttavoult F., *Confessions: Marx, Engels, Proust, Mallarmé, Cézanne*, Belin, Paris 1988. Dostępny online: https://en.usenet.nl/?FN=Confessions:.Marx,.Engels,.Proust,.Mallarm%C3%A9,.C%C3%A9zanne.pdf&utm_content=0_1&utm_source=AF_TA_100680&utm_campaign=434339&utm_medium=AFSI [dostęp: 29.04.2016].

Bogusław Skowronek
Uniwersytet Pedagogiczny w Krakowie

HEJT JAKO ZJAWISKO LINGWISTYCZNO-MEDIALNE. ZARYS PROBLEMU

> Człowiek jest zwierzęciem ułomnym i jedną z najsilniejszych sprężyn jego działania jest zawiść, często nieuzasadniona, często źle obierająca swój przedmiot. Gdy jednak wybucha, zdolna jest do każdej zbrodni.
>
> Barbara Skarga

> Komunikacyjna przestrzeń Sieci wyzwoliła te ludzkie skłonności i wzmocniła te wady społecznych ustrojów, które w mediach nieinteraktywnych nie znajdowały możliwości ekspresji.
>
> Zbigniew Bauer

Jedną z głównych tez mediolingwistyki[1], subdyscypliny zajmującej się badaniem zjawisk językowych charakterystycznych dla komunikacji medialnej, jest mocne akcentowanie transdyscyplinarności i polimetodologiczności. W badaniach pasma werbalnego w mediach należy zawsze rozpoznać i uwzględnić liczne uwarunkowania społeczno-komunikacyjne, antropologiczno-kulturowe, medialny „światopogląd" danego przekazu, wzorcowy dlań styl komunikacyjny i poznawczy. Są to rzeczy dziś oczywiste, ale próby namysłu nad specyficznym zjawiskiem lingwistyczno-medialnym, jakim jest „hejt"[2] (lub „hejting", jak rzecz nazywa Alina Naruszewicz-Duchlińska w monografii poświęconej temu fenomenowi[3]), zdecydowanie uzasadniają przypomnienie tych podstawowych założeń badawczych.

Nie ulega najmniejszej wątpliwości, że media dla większości członków współczesnych społeczeństw stanowią podstawowe formacje epistemologiczne, kreujące w określony sposób obrazy świata i równocześnie współtworzące indywidualny

[1] Por. B. Skowronek, *Mediolingwistyka. Wprowadzenie*, Wydawnictwo Uniwersytetu Pedagogicznego w Krakowie, Kraków 2013.

[2] W rozważaniach konsekwentnie będę używał polskiego zapisu angielskiego terminu – *hejt*. Zapożyczenie to zostało już w pełni zaaprobowane przez polszczyznę, zarówno system fleksyjny, jak i fonetyczny.

[3] A. Naruszewicz-Duchlińska, *Nienawiść w czasach internetu*, Wydawnictwo Novae Res, Gdynia 2015, s. 10.

kapitał kulturowy. Obecnie akcentuje się przede wszystkim rozmaite praktyki kulturowe, które w mediach stanowią poziom nadrzędny nad samą technologią. Owe praktyki, w tym działania językowe, są emanacją „kultury uczestnictwa", polegającej – ujmując rzecz skrótowo – na udziale użytkowników w kształtowaniu treści medialnych, wielekroć połączonym z czerpaniem przyjemności ze sprzeciwu wobec oficjalnych dyskursów. Głównym obliczem dzisiejszych mediów stają się więc rozmaite praktyki komunikacyjne – czyli to wszystko, co ludzie z nimi robią i w jaki sposób je wykorzystują w swoich działaniach, także werbalnych[4].

Hejting stanowi zatem doskonały przykład funkcjonowania tzw. technokultury, czyli kompleksu społeczno-technologicznych zjawisk, posiadających także swój wymiar lingwistyczny, w ramach których zaciera się to, co kulturowe i to, co medialne. W dzisiejszym hejcie odseparowanie jego wymiaru językowego od praktyk społeczno-kulturowych oraz uwarunkowań technologicznych jest właściwie niemożliwe. Jest to wynik między innymi wysokiego stopnia asymilacji mediów, zwłaszcza internetu i traktowania go jako podstawy wielu zachowań komunikacyjnych. To właśnie technologiczne możliwości sieci stały się katalizatorem i najskuteczniejszym sposobem wyrażania agresywnych postaw poznawczo-emocjonalnych u niektórych jego użytkowników. Hejtowanie jest przykładem, jak dzięki mediom zacierają się przestrzenie dawniej mocno od siebie odseparowane: przestrzeń prywatna, ograniczona możliwościami ekspresji oraz przestrzeń publiczna ekspresji zmediatyzowanej[5]. To, co kiedyś było osobiste (negatywne emocje, werbalne napaści na innych, posługiwanie się obelgami) dziś – dzięki sieciowej mediatyzacji – zostało mocno uwydatnione i równocześnie stało się publiczne.

Hejting, wbrew pozorom, nie jest zjawiskiem prostym. Narodził się on w wyniku wzajemnego oddziaływania wielu czynników i tendencji. Przede wszystkim antropologicznych, kulturowych i medialnych. To splot odwiecznych, zakodowanych w ludzkim genomie predyspozycji poznawczo-emocjonalnych, pewnej praktyki funkcjonowania społecznego i lingwistycznego oraz – w chwili obecnej – odpowiednich technik cyfrowego komunikowania (jako składowa technokultury). Wąskie ramy niniejszego opracowania nie pozwalają na szczegółowe omówienie tych wszystkich aspektów, wskażę więc tylko punktowo wybrane, najważniejsze dla wywodu elementy.

Psychologowie ewolucyjni i antropolodzy jednoznacznie dowiedli, że ludzka agresja i związane z nią różnorodne formy napaści stanowią ważny aspekt roz-

[4] Por. N. Couldry, *Media w kontekście praktyk. Próba teoretyczna*, tłum. A. Strzemińska, „Kultura Popularna" 2010, nr 1.

[5] I. Loewe, *Neomedia jako przestrzeń aktywności publiczno-prywatnej*, [w:] *Styl – dyskurs – media*, red. B. Bogołębska, M. Worsowicz, Wydawnictwo UŁ, Łódź 2010, s. 399.

woju naszego gatunku[6]. Trzeba jednak pamiętać, iż atak spersonalizowany, tzw. osobowe pogwałcenie norm, wbrew pozorom, pojawia się stosunkowo rzadko. Zabezpieczeniem jest tutaj zjawisko empatii oparte na działaniu neuronów lustrzanych (zwierciadlanych) w korze mózgowej, odpowiadających za komunikację emocji. Zupełnie inna sytuacja ma miejsce podczas tzw. bezosobowego pogwałcenia norm, gdy napaść realizowana jest bez personalnego, bezpośredniego kontaktu z ofiarą. Wtedy za działania agresywne odpowiadają głównie struktury poznawcze, kognitywne, niewiążące się z procesami emocjonalnymi, często wręcz im przeciwstawne[7]. Internetowy hejt jest tego dobrym przykładem. Nie trzeba bowiem żywić prawdziwej emocji nienawiści do konkretnej osoby, grupy osób lub jakiegoś zjawiska, aby posługiwać się hejtem. Wystarczy przywołać działania tzw. zawodowych hejterów, zatrudnionych w agencjach PR, a wynajmowanych przez partie polityczne w celu dyskredytowania przeciwników. Z pewnością jednak autorowi hejtu, niezależnie od realnie żywionych emocji, chodzi o to, aby komunikat został odebrany jako mocno nacechowany emocjonalnie. Przedmedialną formą hejtingu, będącą realizacją bezosobowego pogwałcenia norm, były formułowane pod adresem innych osób, ale „poza ich plecami" obelgi, obmowy, kalumnie, oszczerstwa, wreszcie plotki[8]. Podobną też funkcję pełniły wszelkie anonimowe obraźliwe pisemne inskrypcje, istniejące w przestrzeni publicznej (napisy na płotach, murach, ścianach w toaletach itp.). Różnorodne formy napaści słownych, zarówno spontaniczne, jak i zrytualizowane, istniały w kulturze od zawsze, zmieniała się tylko ich forma, ranga i funkcja oraz oczywiście tryby rozpowszechniania i związana z tym masowość oraz dostępność. Spełnienie tego ostatniego warunku umożliwiły dopiero media, zwłaszcza internet.

Ważnym kontekstem dla interpretacji dzisiejszych form hejtingu są również zmiany w zasadach komunikacji społecznej, wyraźne zaostrzenie form dyskursu publicznego. Hejt może stanowić jedną z emanacji kultury skrajności, modelu porozumiewania się opartego na przesadzie i przejaskrawieniu. I tak, jak współczesna reklama hiperbolizuje superlatywy, tak hejt – negatywne emocje. Równościowy, liberalny wzorzec wymiany poglądów wobec radykalizacji debaty publicznej, zwłaszcza politycznej, uległ załamaniu, przestał być skuteczny w budowaniu tożsamości, zarówno jednostkowej, jak i wspólnotowej. Obecnie zewsząd słychać głosy mocno nacechowane aksjologicznie, pełne emocjonalnych składników, służące polaryzacji społecznej oraz deprecjacji interlokutora, który ustawiany

[6] Por. np. D. M. Buss, *Psychologia ewolucyjna*, tłum. M. Orski, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk 2001.

[7] J. Vetulani, *Neurobiologia moralności*, „Wszechświat" 2007, nr 1–3, s. 6–7.

[8] Por. M. Peisert, *Formy i funkcje agresji werbalnej. Próba typologii*, Wydawnictwo UWr, Wrocław 2004.

jest w pozycji nie tyle oponenta, ile wroga. Dominuje dziś model komunikacji oparty na „dwójwidzeniu rzeczywistości": przestrzeń dyskursu społecznego została podzielona na odrębne nisze, komunikaty „swoje" – akceptowane oraz „obce" – wrogie, które trzeba językowo zniszczyć. Tym samym, dla wzmocnienia wywodu składowe hejtu pojawiają się w wypowiedziach, dawniej wolnych od tego typu zjawisk, np. w oficjalnym dyskursie politycznym. Bo czyż nie są przejawami hejtu stwierdzenia o *gorszym sorcie Polaków*, *zdradzie narodowej*, *Targowicy*, żądanie *najwyższej kary* dla polityków reprezentujących odmienne poglądy czy odmawianie inaczej myślącym patriotyzmu, polskości lub zdrowia psychicznego (*to nie są ludzie, którzy sprawnie myślą*)? Z pewnością hejt karmi się tak uprawianą i tak werbalizowaną wymianą poglądów[9]. Warto tu zwrócić uwagę również na inny aspekt w komunikacji społecznej: utrwalony polski skrypt kulturowy, preferujący negatywizm, a więc narzekanie, złorzeczenie, wskazywanie innym wad, podkreślanie ich braków, wyrażanie niechętnego stosunku do bliźnich (a zwłaszcza do ich sukcesów)[10]. Zawiść to uczucie bardzo mocno obecne w polskim obrazie świata, stąd też często się je werbalizuje, między innymi za pomocą hejtu.

Nie można wreszcie zapominać, że hejtowanie jest swoistą ceną, którą demokratyczne społeczeństwa płacą za wolność mediów. Dawniej, z powodu braku technologii medialnych dostępnych dla wszystkich, funkcjonował społecznie tylko jeden – oficjalny, elitarny, dominujący – system komunikowania o restrykcyjnie wyznaczonych zasadach dystrybucji treści (stąd wrażenie jego powszechności i akceptowalności). Inne formy werbalnego działania nie miały możliwości ekspresji w szerokim zakresie (były ograniczone do wąskich grup, równie ograniczone były formy dystrybucji takich wypowiedzi). Dzisiaj przestrzeń internetu umożliwia prezentację najrozmaitszych sensów – także tych, które dawniej funkcjonowały na marginesie i które obecnie oceniamy negatywnie. Jako użytkownicy płacimy więc cenę za możliwości sieci – niestety, jest nią prawo głosu również dla osób agresywnych lub po prostu niemądrych. Co więcej, dla wielu użytkowników internetu spontaniczne hejtowanie stanowi wyraz ich emancypacji, sposób manifestacji własnej tożsamości. I nie jest dla nich istotne, że jest to tożsamość „negatywna", oparta na negacji obowiązujących porządków, etycznych i językowych. To także, w ich rozumieniu, wyraz odwagi w wyrażaniu sądów, wierności poglądom, wręcz symbol walki o wolność słowa. Można powiedzieć, że niektórzy uczestnicy przestrzeni medialnej tylko w ten skrajnie negatywny sposób potrafią zaznaczyć swą podmiotowość. Trzeba mieć pełną świadomość, iż kto mentalnie żyje w najgorzej

[9] Por. I. Kamińska-Szmaj, *Agresja językowa w życiu publicznym. Leksykon inwektyw politycznych 1918–2000*, Wydawnictwo UWr, Wrocław 2007.

[10] A. Naruszewicz-Duchlińska, *op. cit.*, s. 41–42.

pojętym, ciasnym obszarze własnych frustracji, uprzedzeń i nienawiści, tak też będzie funkcjonował w sieci.

Przedstawione wyżej, niektóre tylko, uwarunkowania hejtingu pokazują, że analiza omawianego zjawiska zawsze winna być dokonywana przy udziale strategii makro[11]: przy zastosowaniu wielu paradygmatów oraz przy uwzględnieniu wielu kontekstów jego funkcjonowania. Gdyby przyjąć jednak strategię mikro i spojrzeć na hejt jako fenomen tekstowy, to z pewnością trzeba by go widzieć jako kategorię nieostrą, o rozciągliwych granicach. Ten typ kategoryzowania gatunków promuje Bożena Witosz[12]. Podzielam jej stanowisko. Wszystkie komponenty definicyjne hejtu należy zatem traktować jako elementy skalarne, nie binarne. W konceptualizacji hejtu bardzo ważny jest również onomastyczny aspekt nominacji językowej, stosowana nomenklatura. Użycie nazwy gatunkowej przez użytkownika jest możliwe nawet wtedy, gdy zauważony zostanie choćby jeden element realizujący cechy wzorca gatunkowego. Jest to ważne, ponieważ w genologii medialnej mocno akcentuje się rozumienie gatunku w postaci pewnego wzorca komunikacji, ułatwiającego proces produkcji i interpretacji tekstów. Pojęcie gatunku reguluje bowiem odbiorcze wyobrażenie o tekście i wynikającą z tego językową nominację, niekoniecznie zaś świadomość całej struktury genologicznej.

Ważnym wyznacznikiem kategoryzacyjnym jest również umiejscowienie hejtu w określonym dyskursie medialnym. Czy hejt to forma monomedialna, czy polimedialna? Z pewnością obszarem, w którym można znaleźć najbardziej reprezentatywne przykłady hejtu, jest internet, niezależnie od tego, czy sieć traktujemy jako medium, czy jako przestrzeń komunikacyjną (ja przychylam się do tego drugiego stanowiska). Rudymentarne cechy internetu, takie jak: dialogowość, nastawienie na kontakt, powszechność, ogólnodostępność, demokratyzacja nadawczo-odbiorcza, wreszcie anonimowość stanowią immanentne uwarunkowania komunikacyjne, konieczne dla zaistnienia hejtu. Można więc uznać, iż prototypowy hejt jest przekazem prymarnie monomedialnym, a więc ograniczonym wyłącznie do przestrzeni internetu. W jej obrębie umiejscowienie hejtu może być dowolne, ale najczęściej wypowiedzi te funkcjonują w postaci komentarzy na forach oraz ogólnodostępnych portalach i serwisach. Warto jednak zauważyć, iż formy językowe noszące cechy hejtu można znaleźć nie tylko w internecie, ale także w prasie tabloidowej i przekazach telewizyjnych. Jednak ze względu na wyraźnie określonego tam nadawcę – i potencjalne konsekwencje prawne, które musiałby on ponieść – wypowiedzi te nie zawierają częstych dla internetowego hejtu

[11] A. Duszak, *Tekst, dyskurs, komunikacja międzykulturowa*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1998, s. 117.

[12] B. Witosz, *Genologia lingwistyczna. Zarys problematyki*, Wydawnictwo UŚ, Katowice 2005, s. 109.

jednoznacznie adresowanych obelg, kalumnii, wulgaryzmów czy porównań seksualnych.

Funkcjonując w przestrzeni internetu, hejt – na zasadzie podobieństwa rodzinnego – lokuje się w polu semantycznym innych form, które łącznie można opatrzyć ogólnym terminem *cyberprzemoc* (ang. *cyberbullying*)[13]. Nazwa ta określa wszelkie zachowania sieciowe mające na celu krzywdzenie innej osoby, zrywające z zasadami netykiety i nacechowane agresją. Z braku miejsca nie będę jednak omawiał ani *stalkingu* (cyfrowego nękania), ani *trollingu* (uporczywego utrudniania komunikacji), ani *flamingu* (kłótni internetowych), ani też tzw. *mowy nienawiści* (ang. *hate speech*). Ta ostatnia kategoria jest najbliższa hejtowaniu, choć ma węższy zakres tematyczny. Odnosi się bowiem, jak słusznie zauważa Naruszewicz-Duchlińska, do „osób publicznie propagujących faszystowski lub inny totalitarny ustrój państwa albo nawołujących do nienawiści na tle różnic narodowościowych, etnicznych, rasowych albo wyznaniowych”[14]. W odróżnieniu od mowy nienawiści zakres znaczeniowy (tematyczny) hejtu jest znacznie szerszy, praktycznie nieograniczony, zdecydowanie więc wykracza poza dyskurs szowinistyczny, homofobiczny, rasistowski, antysemicki lub antymuzułmański. Z drugiej jednak strony, hejt stanowi albo działanie *stricte* prywatne, jednostkowe, albo jest na takie stylizowany, zaś mowa nienawiści może obejmować działania językowe wręcz o charakterze instytucjonalnym, realizowanym np. przez ugrupowania nacjonalistyczne, szowinistyczne albo nawet przez partie faszystowskie (mniej lub bardziej legalne, ale posiadające swoje strony internetowe).

W tym miejscu warto zastanowić się, jakie składowe tworzą wzorzec gatunkowy hejtu. W ich zestawieniu i omówieniu wykorzystuję koncepcję Marii Wojtak, która wzorzec gatunkowy definiuje jako „zbiór reguł dookreślających najważniejsze poziomy organizacji gatunkowego schematu, relacje między poziomami i sposoby funkcjonowania owych poziomów”[15]. Zatem tworzą go: określona struktura, model kompozycyjny (aspekt strukturalny); uwikłania komunikacyjne i potencjał illokucyjny (aspekt pragmatyczny); tematyka i sposób jej przedstawienia (aspekt poznawczy) oraz wyznaczniki stylistyczne (aspekt stylistyczny). Wszystkie te aspekty są ze sobą powiązane, wszystkie też na siebie mocno oddziałują.

Aspekt strukturalny hejtu odnosi się przede wszystkim do ramy, w której ta wypowiedź występuje. Typowym miejscem hejtu są – jak zaznaczyłem – różno-

[13] Por. *Cyberbullying. Zjawisko, konteksty, przeciwdziałanie*, red. J. Pyżalski, Wydawnictwo Wyższej Szkoły Pedagogicznej, Łódź 2012.

[14] A. Naruszewicz-Duchlińska, *op. cit.*, s. 16.

[15] M. Wojtak, *Wzorce gatunkowe wypowiedzi a realizacje tekstowe*, [w:] *Polska genologia lingwistyczna*, red. D. Ostaszewska, R. Cudak, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2008, s. 354.

tematyczne portale internetowe. Tym samym, wyróżnikiem zewnętrznym, umiejscawiającym konkretny hejt w odpowiedniej ramie tekstowej, jest stałe miejsce w portalu, zwane przez redaktorów: „komentarzami”[16]. Czy hejty spełniają więc cechy gatunkowe komentarza? Raczej nie, bo nie jest to z pewnością „próba przekonania czytelnika”[17]. Trudno przekonywać do określonych racji, jeśli odbiorcę się atakuje i obraża. Hejt jest też anonimowy, co stanowi jedną z najważniejszych różnic w porównaniu z komentarzem. Gdyby zatem uwzględnić kanoniczne aspekty wzorca gatunkowego komentarza, to z pewnością hejty mocno od nich odbiegają. Ewentualnie można by je uznać za mocno poruszone, alternacyjne przykłady tej formy gatunkowej[18]. Natomiast kompozycja samych hejtów nie jest mocno zrygoryzowana, a zatem otwartość struktury tych form jest dość znaczna. Kilka elementów konstrukcyjnych wydaje się być jednak stałych. Po pierwsze, ze względu na wpisanie we wzorzec komentarza są to najczęściej formy lakoniczne, składniowo nierozbudowane, złożone z kilku równoważników lub najwyżej kilku krótkich zdań o charakterze interpretującym, wyraźnie oceniającym jakieś zjawisko. Po drugie, wpis często rozpoczyna się obelgą lub mocno wartościującym sądem na jakiś temat (*Nie jestem rasistą, ale nienawidzę tych brudasów*), połączony z formą pewnej „argumentacji”, dodatkowego wartościowania lub emocjonalnego uzasadnienia (*Zebrać wszystkich w jedną kupę, cyklon b i po sprawie*) i zamknięty z reguły mocną kodą (*Świat znów byłby piękny*). Wielokrotnie spotyka się też hejty strukturalnie bardzo ubogie, sprowadzone do krótkich wykrzykнień oceniających lub zestawu obelg (*Stara żydowska rura, obleśna, że aż strach*; *Huj im wszystkim w ryj pierdolone pedały kasę biorą a huja robią Jebać ich*). Często hejty noszą charakter zaklinającej formuły, która ma, dzięki wierze w magiczną moc słowa, umożliwić panowanie nad „wrogim światem” (*Koniec żydokomuny z PO, tfu*; *A żeby ich wszystkich obesrało*)[19]. Charakterystyczne jest również występowanie w polu komentarzy całej serii hejtów następujących po sobie, które tworzą swoistą kaskadę wypowiedzi. Związki późniejszych hejtów z tekstem wyjściowym są wtedy niewielkie lub ich w ogóle nie ma. Chociaż liczba rozmaicie ustrukturyzowanych reprezentacji tekstowych hejtu jest ogromna, to jednak głównie wymiar pragmatyczny – bezbłędnie odczytywany przez odbiorców – pozwala klasyfikować daną formę werbalną jako hejt.

[16] Por. L. Olszański, *Dziennikarstwo internetowe*, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2006.

[17] M. Wojtak, *Gatunki prasowe*, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2004, s. 167.

[18] Por. eadem, *Wyznaczniki gatunkowe komentarza prasowego*, [w:] *Tekst w mediach*, red. K. Michalewski, Wydawnictwo UŁ, Łódź 2002.

[19] Wszystkie przykłady hejtu pochodzą z cytowanej pracy Aliny Naruszewicz-Duchlińskiej.

Aspekt pragmatyczny hejtu jest, moim zdaniem, decydujący w jego definiowaniu. Głównym celem (illokucyjnym zamiarem) omawianej formy jest werbalny atak, wyrachowana i wyraźnie ukierunkowana słowna napaść. Główną intencją jest więc uczynienie krzywdy, wyrządzenie szkody. U podstaw hejtingu leży bezpośrednio wyrażona za pomocą języka wrogość (negatywny stosunek) wobec interlokutora (czy przedmiotu odniesienia); zamiar deprecjacji oponenta, jego wyszydzenie, obrażenie, poniżenie, zdyskredytowanie. Mówiąc o aspekcie pragmatycznym, trzeba uwydatnić aspekt perlokucyjny, wręcz cel performatywny hejtu: dokonanie skutecznego aktu zniewagi. Hejt fortunny to taki, który efektywnie wpłynie na oponenta, wywoła jego poznawczą i emocjonalną reakcję: wzbudzi oburzenie, złość, spowoduje łzy, rozpacz, wycofanie się z życia społecznego. Im bardziej radykalna będzie perlokucja, czyli efekt odbiorczy, im większe hejt wzbudzi u adresata uczucia, tym bardziej będzie skuteczny – a najefektywniejszy będzie wtedy, gdy szok i/lub odraza uniemożliwi reakcję zaatakowanego. Teleologia hejtu opiera się zatem na symbolicznym unicestwieniu adresata. Często wykorzystywany jest wtedy mechanizm językowej „stygmatyzacji", dzięki któremu w hejcie można dystrybuować konceptualizacje pożądane z punktu widzenia określonego światopoglądu, piętnując słownie wybrane jednostki, postawy, poglądy czy zachowania. Maria Peszek jest więc zawsze *Żydówką*, prezydent Komorowski *rosyjskim agentem*, a gender *lewactwem* lub *ideologią śmierci*. Natomiast w odniesieniu do reguł komunikacji hejt stanowi radykalne podważenie zasad konwersacyjnych H. P. Grice'a i maksym grzecznościowych (G. N. Leecha). Cel hejtu jest bowiem zawsze sprzeczny ze społecznym i etycznym celem dialogu – służy konfliktowi i konfrontacji, nigdy porozumieniu. Istotą hejtu jest również fakt, że wypowiedź ta inicjowana jest pewnym tekstem, zjawiskiem, wydarzeniem, sytuacją, nieodmiennie więc posiada określony punkt odniesienia. Pozorność dialogicznej sytuacji polega jednak na tym, że hejterowi wcale nie zależy na internetowej rozmowie – jego celem jest tylko bezinteresowna napaść, wyrażenie negatywnego, wrogiego stosunku do obranego przedmiotu odniesienia (np. osoby lub zbiorowości). Stąd hejty to teksty semantycznie autonomiczne, jednoznaczne intencjonalnie, kompozycyjnie i argumentacyjnie zamknięte.

Aspekt poznawczy wzorca gatunkowego hejtu obejmuje bardzo szerokie pole tematyczne, wręcz nieograniczone w swym zasięgu. Przedmiotem hejtu może być wszystko: osoby znane (celebryci, politycy), jak i nieznane hejterowi, ludzkie cechy (zarówno psychiczne, jak i fizyczne), narody i zbiorowości, uprawiane zawody, przekonania (zarówno religijne, jak i wszelkie inne), wartości abstrakcyjne, wytwory artystyczne (filmy, obrazy, piosenki itp.) oraz nawet przedmioty (np. produkty określonych marek). Dla hejtera nie ma żadnych obszarów tabu. Hejter nie musi też mieć jakichkolwiek kompetencji, jakiejkolwiek wiedzy na

temat konkretnej osoby lub zjawiska, aby móc dokonać słownej napaści. Hejter zawsze ustawia się w pozycji merytorycznej i moralnej wyższości (w jego rozumieniu). Zawsze przyjmuje punkt widzenia człowieka, który wie lepiej i który ma prawo do negatywnej oceny. W aspekcie poznawczym hejtowanie bierze się z potrzeby polaryzacji zjawisk rzeczywistości i skrajnej dyferencjacji podmiotów życia społecznego (w rozumieniu danego hejtera). Budowanie wyraźnego podziału: JA – ONI[20] służy zarówno określeniu własnej tożsamości, jak i umocnieniu dyskursu wykluczenia. Wszystko, co nie należy do świata hejtera i nie realizuje jego wartości jest złe, bezwartościowe lub niebezpieczne: Żydzi, homoseksualiści, politycy, celebryci, muzułmanie, imigranci itp. Obraz świata typowego hejtera opiera się na binarnych aksjologicznie i emocjonalnie zestawieniach. Hejter dokonuje rozszczepienia świata na dobry i zły, przy czym zło (w jego rozumieniu) umieszcza w obszarze poza sobą, oddziela je od siebie, sam zaś, będąc w opozycji do owego wyimaginowanego zła, lokuje się w polu dobra. Z punktu widzenia psychologii to klasyczny mechanizm odrzucenia i projekcji złego na zewnątrz[21].

Aspekt stylistyczny wzorca gatunkowego hejtu także odznacza się ogromną wyrazistością. Składają się nań, mocno zdeterminowane pragmatycznie, wszelkie środki formalne jednoznacznie służące wyrażeniu agresji i nienawiści, mające na celu znieważenie i deprecjację wartości ważnych dla zaatakowanej osoby. Dlatego też często w hejtach mamy do czynienia z najniższym rejestrem stylistycznym: ekspresyjnie nacechowaną leksyką znieważającą, prymarnymi wulgaryzmami, obraźliwymi etykietami, deprecjonującymi porównaniami seksualnymi czy słownictwem skatologicznym. Bardzo często hejt ma na celu usytuowanie oponenta w sferze „dołu cielesnego", ma go poniżyć, skalać. Używanie wulgarnych nazw wszelkich „produktów ciała" temu właśnie służy. Trzeba też zauważyć, że wśród tekstowych reprezentacji hejtu znajdują się wypowiedzi, w których nawet neutralne jednostki języka zostają wykorzystane z intencją znieważenia odbiorcy. Inwencja stylistyczna hejterów jest bowiem ogromna. Każda jednostka języka może być przez nich użyta jako obelga i może odpowiadać całej gamie negatywnych emocji i pejoratywnej oceny.

Z pewnością u podstaw hejtowania leży odpowiednia poznawczo-emocjonalna postawa nadawcy wobec innych ludzi i świata – tyle że obecnie technologicznie wzmocniona, zwielokrotniona, a dzięki internetowi w większości funkcjonująca bezkarnie. Przyjmując teorię „technokultury", splotu możliwości mediów i „zrośniętych" z nimi praktyk kulturowo-komunikacyjnych, można postawić pewną hipotezę. Hejt, stanowiąc medialną emanację określonej postawy nadawcy,

[20] A. Naruszewicz-Duchlińska, *op. cit*., s. 52.

[21] *Trzeba myśleć pod ostrzałem*, wywiad Beaty Chomątowskiej z Danutą Golec, psychoterapeutką, „Tygodnik Powszechny" 2015, nr 48, s. 20.

przybiera oto postać szerokiej formuły tekstowo-genologicznej, rozciągliwej formuły ponadgatunkowej, swoistej formuły dyskursywnej. Jej powtarzalne, prototypowe cechy główne (werbalny atak, agresja słowna, chęć skrzywdzenia, postawa dominacji, przekraczanie zasad konwersacji, skrajny subiektywizm, akcentowanie JA nadawczego, aksjologia negatywna, emocjonalnie nacechowana leksyka, niezakładanie reakcji zaatakowanego) znajdują aktualizację tekstową charakterystyczną dla poszczególnych dyskursów medialnych: prymarnego, którym jest internet oraz wtórnych: prasy tabloidowej, telewizji lub radia.

Bibliografia

Buss D. M., *Psychologia ewolucyjna*, tłum. M. Orski, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk 2001.

Couldry N., *Media w kontekście praktyk. Próba teoretyczna*, tłum. A. Strzemińska, „Kultura Popularna" 2010, nr 1.

Cyberbullying. Zjawisko, konteksty, przeciwdziałanie, red. J. Pyżalski, Wydawnictwo Wyższej Szkoły Pedagogicznej, Łódź 2012.

Duszak A., *Tekst, dyskurs, komunikacja międzykulturowa*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1998.

Kamińska-Szmaj I., *Agresja językowa w życiu publicznym. Leksykon inwektyw politycznych 1918–2000*, Wydawnictwo UWr, Wrocław 2007.

Loewe I., *Neomedia jako przestrzeń aktywności publiczno-prywatnej*, [w:] *Styl – dyskurs – media*, red. B. Bogołębska, M. Worsowicz, Wydawnictwo UŁ, Łódź 2010.

Naruszewicz-Duchlińska A., *Nienawiść w czasach internetu*, Wydawnictwo Novae Res, Gdynia 2015.

Olszański L., *Dziennikarstwo internetowe*, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2006.

Peisert M., *Formy i funkcje agresji werbalnej. Próba typologii*, Wydawnictwo UWr, Wrocław 2004.

Skowronek B., *Mediolingwistyka. Wprowadzenie*, Wydawnictwo Uniwersytetu Pedagogicznego w Krakowie, Kraków 2013.

Trzeba myśleć pod ostrzałem, wywiad Beaty Chomątowskiej z Danutą Golec, psychoterapeutką, „Tygodnik Powszechny" 2015, nr 48.

Vetulani J., *Neurobiologia moralności*, „Wszechświat" 2007, nr 1–3.

Witosz B., *Genologia lingwistyczna. Zarys problematyki*, Wydawnictwo UŚ, Katowice 2005.

Wojtak M., *Gatunki prasowe*, Wydawnictwo UMCS w Lublinie, Lublin 2004.

Wojtak M., *Wyznaczniki gatunkowe komentarza prasowego*, [w:] *Tekst w mediach*, red. K. Michalewski, Wydawnictwo UŁ, Łódź 2002.

Wojtak M., *Wzorce gatunkowe wypowiedzi a realizacje tekstowe*, [w:] *Polska genologia lingwistyczna*, red. D. Ostaszewska, R. Cudak, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2008.

Bożena Witosz
Uniwersytet Śląski

CZY *HEJT* TO PROBLEM GENOLOGICZNY?

Wyraz *problem*, który pojawił się w tytule, narzuca określony porządek mych rozważań. Słownikowe definicje eksponują w strukturze semantycznej tego leksemu zarówno wagę jakiegoś zagadnienia (*problem* – 'poważna sprawa, która wymaga przemyślenia i rozstrzygnięcia'), jak i trudność w jego rozwiązaniu (*problem* – 'trudna sytuacja, z której należy znaleźć jakieś wyjście')[1]. Odpowiedź na postawione pytanie nie jest bowiem prosta, wymaga wnikliwego rozpatrzenia. Mając to na uwadze, pragnę podkreślić, że moje rozważania osnute będą nie wokół *hejtu* jako takiego, ale wątków natury teoretyczno-metodologicznej, które to zjawisko społecznej komunikacji uaktywnia. Sygnalizując już na wstępie trudności, jakie się z takim postępowaniem wiążą, nawiązuję do opublikowanego niedawno artykułu Marii Wojtak *Dylematy genologa*, w którym autorka przedstawiła kilka kontekstów, stawiających badacza wobec konieczności wyboru w sytuacji, gdy „stan współczesnej genologii […] powoduje stosunkowo często pomnożenie racji, które wydają się co najmniej tak samo ważne, lub ich wagę zaciera, utrudniając wybór"[2]. W artykule będzie więc mowa przede wszystkim o rozterkach genologa.

Dylemat pierwszy: Czy *hejt* jest przedmiotem genologii?

To zagadnienie, które należy rozważyć w pierwszej kolejności. Podjęcie decyzji, czy *hejt* umieścić w orbicie zainteresowań lingwistyki, w szczególności interesującej nas tu genologii, czy też raczej ten typ interakcji pozostawić psychologom społecznym bądź, jak niektórzy sarkastycznie dodają, klinicznym[3], wydaje się czynnością niemal automatyczną, a przynajmniej banalnie prostą. Nie

[1] http://sjp.pwn.pl/sjp/problem,2572488.html.

[2] M. Wojtak, *Dylematy genologa*, [w:] *Porozmawiajmy o gatunkach*, red. E. Bulisz, M. Wojtak, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2015, s. 11.

[3] Por. Z. Bauer, *Polskie fora internetowe. Przykład „mowy nienawiści" i „mowy agresji"*, [w:] *Komunikowanie (się) w mediach elektronicznych*, red. M. Filiciak, G. Ptaszek, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2009, s. 46–60.

ma wątpliwości, że *hejt/hejtowanie/hejting* to działalność tekstotwórcza (przy założeniu, że tekst, zgodnie z coraz popularniejszym podejściem, traktujemy jako semiotyczną, a nie jedynie werbalną jednostkę komunikacji społecznej). *Hejtem* określa się komunikaty różnokodowe i multimedialne, w których „siłą rażenia" obdarzone są głównie dwie płaszczyzny: werbalna (częściej) i wizualna (myślę, że nie jest uzasadnione ograniczanie zjawiska wyłącznie do sfery słownej). Refleksja nad tekstami jest zadaniem lingwistów tekstologów, pragma- i socjolingwistów, badaczy mediów, dyskursu, słowem, komunikologów. Tym niepożądanym i coraz głośniej negatywnie ocenianym składnikiem publicznej debaty interesują się w równej mierze psychologowie, socjologowie i prawnicy. A więc przedstawiciele tych dyscyplin humanistyki, których spostrzeżenia powinny oddziaływać regulująco na publiczną debatę. Wymienione tu gałęzie wiedzy zajmują się *hejtem*, używając tego pojęcia w znaczeniu innym niż gatunkowe bądź odsuwając je na dalszy plan. Rozważanie różnych możliwych perspektyw oglądu *hejtu* nie jest przedmiotem niniejszego artykułu. Dokładniejszego uzasadnienia wymaga natomiast uznanie tego rodzaju wypowiedzi za przedmiot genologii. Genolog wychodzi z powszechnie przyjmowanego w ramach dyscypliny założenia, iż u podstaw wszelkich zachowań komunikacyjnych (szeroko rozumianych tekstów) leżą określone modele, które przyjęliśmy nazywać gatunkami. To założenie wynika z decyzji uznającej myśl Bachtinowską[4] za zręby teoretyczne dyscypliny. Pozwala ono umieścić wstępnie *hejt* w polu badawczym genologii, nie rozstrzyga jednak, czy – w wyniku dokładniejszej obserwacji – pozostanie w świecie gatunków, czy zostanie z niego wyłączony. I tu pojawiają się pierwsze trudności związane z konstruowaniem abstrakcyjnego wzorca dla wymienionych interakcji. Praktyka badawcza podpowiada, że działalność tekstotwórcza użytkowników współczesnej kultury jest w dużym stopniu kreatywna, a ich stosunek do norm (wzorców gatunkowych) dość swobodny. Trudno zatem z góry założyć, że teksty, określane dziś mianem *hejtu*, tworzone są z wykorzystaniem norm jakiegoś jednego gatunku. Podmiot wypowiedzi często splata i równocześnie modyfikuje normy/konwencje kilku modeli. Dodajmy, nierzadko twórczo wykorzystuje wzorce już zadomowione w kulturze i dobrze rozpoznane. Daje to często efekt w postaci wytworzenia nowej kategorii genologicznej (*hejtu* właśnie), ale proces hybrydyzacji może zajść tak daleko, że decyzje genologa łatwo uznać za arbitralne. Oko interpretatora, wyposażone jedynie w założenie o obligatoryjnym nacechowaniu każdej wypowiedzi, nie jest jeszcze w stanie przesądzić o genologicznym statusie nazwy *hejt*. Idźmy więc dalej.

[4] Por. M. Bachtin, *Estetyka twórczości słownej*, przeł. D. Ulicka, PIW, Warszawa 1986 oraz B. Witosz, *Genologia lingwistyczna. Zarys problematyki*, Wydawnictwo UŚ, Katowice 2005.

Genologia lingwistyczna od początku deklarowała akceptację i potrzebę wykorzystania w opisie naukowym potocznej wiedzy o gatunkach[5]. Skoro użytkownicy danej kultury nadają nazwę określonym rodzajom interakcji, to czynią tak dlatego, iż odczuwają potrzebę odróżnienia danej formy zachowań komunikacyjnych od innych, jak również dysponują odpowiednią do tego kompetencją[6]. Wyrazem świadomości użytkowników, iż mają do czynienia z tekstami specyficznego typu są zamieszczane w internecie wypowiedzi (por.: *Nie jestem typem osoby, która wypisuje hejty na forach*)[7]. *Hejt* w funkcji nazwy gatunkowej pojawia się także w wypowiedziach lingwistów. W krótkim wywiadzie dla „Gazety Wyborczej" Jerzy Bralczyk w sposób eksplicytny przyznał *hejtowi* status obiektu genologicznego:

> Hejterzy wpisują do Internetu hejty, które stały się nowym gatunkiem wypowiedzi, trochę odwołującym się do paszkwilu[8].

Interesujące nas słowo zostało tu użyte w znaczeniu przedmiotowym (wytwór czynności). Ale w tym samym tekście czytamy również, że bywa też używane w znaczeniu czynnościowym. Jerzy Bralczyk podaje przykład wypowiedzi Tomasza Lisa, w której – odnosząc się do przegranej Bronisława Komorowskiego w wyborach prezydenckich – redaktor naczelny „Newsweeka" użył określenia *hejt industry* w sensie, jak interpretuje to Bralczyk, zmasowanego obrzucania byłego prezydenta wszystkimi możliwymi obelgami przez zwolenników jego kontrkandydata[9]. Również aspekt czynnościowy/procesualny jest wyeksponowany w wypowiedzi Adama Szostkiewicza, publicysty „Polityki", który na łamach tygodnika pisał: „[…] hejt przeciw uchodźcom w Polsce nie ustaje"[10]. Doświadczenie językoznawcze podpowiada, że w wielu przypadkach granica między znaczeniem czynnościowym a znaczeniem przedmiotowym nie jest ostra. Jej nieostrość może świadczyć o dokonującym się dopiero procesie konwencjonalizacji tej formy wypowiedzi. Może więc jesteśmy świadkami nowego gatunku *in statu*

[5] Por. M. Zaśko-Zielińska, *Przez okno świadomości. Gatunki mowy w świadomości użytkowników języka*, Wydawnictwo UWr, Wrocław 2002; B. Witosz, *Genologia…*, *op. cit.*, s. 48; J. Bartmiński, S. Niebrzegowska-Bartmińska, *Tekstologia*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2007, s. 144–146.

[6] Zwracał na to uwagę Bachtin, uznając umiejętność porządkowania tekstów pod kątem ich przynależności gatunkowej za składnik potocznej kompetencji komunikacyjnej (por. M. Bachtin, *op. cit.*).

[7] Wypowiedź ta została zamieszczona na forum tvnwarszawa.tvn24.pl [dostęp: 10.04.2016].

[8] J. Bralczyk, *Łatwiej hejtować niż nienawidzić. O zawrotnej karierze słowa „hejt"*, http://metrocafe.pl/metrocafe/1,145523,18801439,prof--bralczyk-latwiej-hejtowac-niz-… [dostęp: 10.04.2016].

[9] http://polska:newsweek.pl/tomasz-lis-o-nienawisci-w-sieci-hejt… [dostęp: 10.04.2016].

[10] http://szostkiewicz.blog.polityka.pl/2015/09/07/hejt-przeciw-… [dostęp: 10.04.2016].

nascendi? Powstające derywaty, eksponujące aspekt czynnościowy: *hejting, hejtowanie, hejterstwo, hejteryzm*[11], mogą świadczyć – o utrwalaniu się znaczenia słowa *hejt*, wskazującego jednak na formę interakcji (a zatem typ tekstu). Pora zamknąć ten wątek. Odwołanie się zarówno do myśli teoretycznej, jak i praktyki komunikacyjnej pozwala na uznanie *hejtu* za przedmiot genologii (o statusie tego pojęcia jeszcze nie przesądzamy). Decyzja ta umożliwia kontynuowanie rozważań.

Dylemat drugi: Miejsce nazwy *hejt* w leksykonie genologicznym

Słowo *hejt* najczęściej pojawia się zamiennie z nazwą *mowa nienawiści*. Przykładami innych stosowanych określeń są: *mowa agresji*, *cyberprzemoc*, *język wrogości*. Pozostańmy przy dwu wymienionych w pierwszej kolejności, które w świadomości użytkowników traktowane są jak synonimy[12]. Genolog jednak powinien podejście użytkowników zinterpretować, gdyż nie jest przecież poznawczo obojętne, czy przyjmiemy stanowisko, że *hejt* i *mowa nienawiści* wskazują na ten sam denotat, czy też nazywają różne, choć podobne pod wieloma względami, obiekty badawcze. Na zjawisko polileksji terminologicznej[13], charakterystyczne dla współczesnej metodologii badań nad gatunkami, zwracano już niejednokrotnie uwagę[14]. Dla badacza nie jest zatem zaskoczeniem ani tendencja – manifestująca się w różnych sferach komunikacji – do pomnażania rejestru nazw kategorialnych, ani świadomość w wielu przypadkach ich „krótkiego żywota”[15], ani wreszcie obserwowane zacieranie przejrzystości semantycznej nazwy gatunku. Z dwu rozważanych nazw bardziej przejrzystą strukturę ma *mowa nienawiści*. Nazwa *hejt* nie wskazuje bezpośrednio na czynność mowną. Jednak, znowu wypada przypomnieć, nie jest sytuacją wyjątkową, choć wprawdzie jeszcze dość rzadką, że do zasobu słownictwa nazywającego gatunki wypowiedzi wkracza leksyka oznaczająca czy to aktywność mentalną podmiotu (por. Białoszewskiego *Ziewanny*,

[11] Por. A. Naruszewicz-Duchlińska, *Nienawiść w czasach Internetu*, Novae Res, Gdynia 2015, s. 9–11; M. Juza, *Hejterstwo w komunikacji internetowej: charakterystyka zjawiska, przyczyny i sposoby przeciwdziałania*, „Profilaktyka Społeczna i Resocjalizacja” 2015, t. 25, s. 26–50.

[12] Poświadczenia tego znalazłam na stronie witryny HejtStop i w wielu wypowiedziach (potocznych, publicystycznych i naukowych) na temat tego zjawiska.

[13] M. Wojtak, *Dylematy genologa…*, *op. cit.*, s. 16.

[14] Por. B. Witosz, *Genologia lingwistyczna*, *op. cit.*, s. 112–135 oraz eadem, *O „kłopotliwych” nazwach gatunków mowy*, [w:] *Spotkanie. Księga jubileuszowa dla profesora Wilkonia*, red. M. Kita, B. Witosz, Wydawnictwo UŚ, Katowice 2005, s. 120–128.

[15] Por. S. Gajda, *Gatunkowe wzorce wypowiedzi*, [w:] *Encyklopedia kultury polskiej XX wieku*, t. 2: *Współczesny język polski*, red. J. Bartmiński, Wiedza o Kulturze, Wrocław 1993, s. 254.

Wyrwy z zamyśleń[16]), czy czynności fizyczne człowieka (por. tytuł *Przechadzki*, nadany przez redakcję „Tekstów Drugich" grupie artykułów omawiających jakieś zagadnienia, zdających sprawozdanie z wydarzeń naukowych)[17]. Imię gatunku odsyłające do emocji jego nadawcy nie byłoby na tym tle czymś osobliwym. Akceptacja nazwy *hejt* i jej wprowadzenie do zasobu nomenklatury genologicznej nie rozwiązuje jeszcze problemu odróżnienia bądź utożsamienia obu pojęć. Subtelną między nimi granicę próbuje przeprowadzić zapytany przez dziennikarzy językoznawca:

> [Hejt – dop. B. W.] To słowo krótkie, więc wygodne. Ale co ważniejsze, łatwiej hejtować niż nienawidzić. Trudno przecież przyznać się do nienawiści, która jest poważnym i negatywnym uczuciem. Obce, angielskie słowo ułatwia sprawę, nie ma w języku polskim tych samych konotacji. Hejter nie ma problemu z przyznaniem się do hejtowania. Bo jednak „uprawiać hejt" to nie to samo co „uprawiać nienawiść"[18].

Kontynuując myślenie o sugerowanej tu różnicy, odwołajmy się do poczynionych już w literaturze przedmiotu ustaleń. Przekazy, przede wszystkim medialne, opatrzone etykietką *speech hate*, łączy podobieństwo intencji, treści i przedmiotu odniesienia. Przeczytajmy definicje:

> Mowa nienawiści to […] wypowiedzi ustne lub pisemne […] lżące, oskarżające i poniżające grupy i jednostki z powodów po części od nich niezależnych – takich jak przynależność rasowa, etniczna, religijna, a także płeć, preferencje seksualne[19].
>
> Mowa nienawiści skierowana jest w grupowy atrybut, którego osoby sobie nie wybrały, a więc w grupy naturalne, w których udział zdeterminowany jest biologicznie (kolor skóry, płeć, preferencja seksualna, przynależność etniczna i kalectwo) albo społecznie (język, obywatelstwo, religia, miejsce zamieszkania […] czy zawód […][20].

Jak wykazały analizy[21], Żydzi i wątki z nimi związane stanowią 71,6% wszystkich zgromadzonych ze względu na wymienione kryteria tekstów, za nimi plasują się Niemcy, Ukraińcy, Białorusini, Rosjanie, Litwini i dalej grupy wywodzące się już spoza grup etnicznych: osoby o innej niż heteroseksualna

[16] Por. także P. Michałowski, *Gatunki i konwencje w poezji*, [w:] *Sporne i bezsporne problemy współczesnej wiedzy o literaturze*, red. W. Bolecki, R. Nycz, Wydawnictwo IBL, Warszawa 2002, s. 315.

[17] Więcej w: B. Witosz, *O „kłopotliwych" nazwach…*, *op. cit.*

[18] J. Bralczyk, *op. cit.*

[19] Por. S. Łoziński, *Problemy dyskryminacji osób należących do mniejszości narodowych i etnicznych w Polsce*, raport nr 219, Wydział Analiz Ekonomicznych Kancelarii Sejmu, Biuro Studiów i Ekspertyz, Warszawa 2003.

[20] M. Tulli, S. Kowalski, *Zamiast procesu. Raport o mowie nienawiści*, W.A.B., Warszawa 2003, s. 21–22.

[21] *Ibidem*, s. 484.

tożsamości płciowej, liberałowie, masoni, komuniści, feministki (teraz z pewnością należałoby wprowadzić grupę uchodźców/migrantów i wyznaczyć jej wyższą pozycję w tym rankingu). Jeszcze jedna ważna charakterystyka przedmiotu odniesienia:

> Mowa nienawiści adresowana jest […] przede wszystkim do zbiorowości. Nawet jeśli uderza na pozór w konkretną osobę, robi to, by zredukować ją do typowego przedstawiciela grupy, której przypisuje się rzekome motywy i cechy[22].

Wprowadźmy jeszcze jedną uwagę:

> Przedmiotem zachowania sprawcy nie jest więc indywidualnie określona osoba, ale ta jej cecha, która charakteryzuje ofiarę jako innego, obcego, należącego do grupy wrogiej sprawcy (rzeczywiście czy też w mniemaniu sprawcy)[23].

Autorzy zajmujący się tym zagadnieniem skłonni są uznać, że kategoria *mowa nienawiści* nie jest ostra, dowodzą tego choćby trudności z interpretacją i wyegzekwowaniem stosowania przepisów karnych w krajach, w których podlega ona penalizacji. Jej granica jest bowiem ustalana na podstawie przyjętych norm społecznego współistnienia, często ma wymiar intersubiektywny, a więc relatywny. Należy przyjąć, że cechy uznane za nienawistne mają charakter kontekstualny, stąd konieczność uwzględnienia parametrów historycznych, społecznych i kulturowych. Wymienne stosowanie obu nazw, moim zdaniem, pogłębia jednak proces relatywizacji i zamazywania różnic, których nie należy bagatelizować. Teksty określane mianem *mowy nienawiści* mają swoisty katalog wyznaczników: cechuje je nie tylko podobieństwo tematu oraz intencji, ale także podobieństwo schematu argumentacji, budowy narracji, z której wyłania się podobna wizja świata[24]. Jej źródłem są najczęściej negatywne stereotypy i ideologie, stąd, wydaje się, że teksty te wnikają mocniej i trwalej w tkankę społeczną.

Już te pobieżne uwagi skłaniają do tego, by uznać *mowę nienawiści* za rodzaj dyskursu, a nie za gatunek wypowiedzi[25]. Jakie są argumenty przemawiające za takim stanowiskiem? Jeśli przyjąć, że dyskurs jest konstruowany przez zespół znaków (nasemantyzowanych środków językowych oraz należących do innych kodów) oraz intersubiektywnie istniejących konwencji (form działania ko-

[22] R. Biedroń, *Próba definicji mowy nienawiści i przestępstw z nienawiści*, [w:] *Raport o homofobicznej mowie nienawiści*, red. G. Czarnecki, Wydawnictwo Kampania Przeciw Homofobii, Warszawa 2009, s. 8.

[23] A. Szul-Szywała, *Przestępstwa z nienawiści w polskim prawie*, [w:] *Przemoc motywowana uprzedzeniami. Przestępstwa z nienawiści*, red. A. Lipowska-Teutsch, E. Ryłko, Towarzystwo Interwencji Kryzysowej, Warszawa 2007, s. 13–22.

[24] E. Czykwin, *Stygmat społeczny*, PWN, Warszawa 2007, s. 373–384.

[25] Por. L. Nijakowski, *Mowa nienawiści w świetle teorii dyskursu*, [w:] *Analiza dyskursu w socjologii i dla socjologii*, red. A. Horolets, Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń 2008.

munikacyjnego), których poznanie i użycie umożliwia jednostkom funkcjonowanie w społeczeństwie, to należy traktować tę kategorię jako pewien schemat myślowy, który kształtuje perspektywę, z jakiej ludzie określonej społeczności, w konkretnym czasie i miejscu postrzegają rzeczywistość fenomenalną i symboliczną[26]. Ów konstrukt (*dyskurs*) na pierwszym planie sytuuje podmioty (aktorów społecznych) oraz przedmioty, o których podmioty się wypowiadają. Obie kategorie (podmiot i przedmiot) uwikłane są w sieć zależności kulturowych (historycznych, światopoglądowych, obyczajowych, aksjologicznych, politycznych itd.). Można przyjąć, że o specyfice danego dyskursu decyduje w znaczącym stopniu właśnie ta sieć różnorakich powiązań, nazywana często regułami dyskursu. Reguły te ustalają „prawo wstępu", określają, kto może być podmiotem danego dyskursu, wyznaczają punkt widzenia i perspektywę, z jakiej tworzy się obraz rzeczywistości, to, co może być w danej sytuacji powiedziane i to, o czym należy milczeć[27]. Mówiąc krótko, dyskurs to historycznie uwarunkowany „system znaczeń kształtujących tożsamość podmiotów i przedmiotów"[28]. Kategoria tożsamości rozumiana jest tu w sposób ogólny, oznacza, że każdy fenomen zyskuje swoje specyficzne znaczenie wyłącznie w ramach określonego dyskursu, zatem różnice w jego postrzeganiu prowadzą nas do różnic między poszczególnymi dyskursami.

Kim zatem są podmioty *dyskursu nienawiści*? Do wspólnoty dyskursywnej należeć będą osoby zarówno **rozpowszechniające** teksty nienawistne, jak i **tolerujące** przejawy nienawiści. Jak wykazują badania[29], jest to grupa ludzi zróżnicowana wiekowo, zawodowo, różniąca się stopniem wykształcenia, przynależnością płciową, miejscem zamieszkania. Tym, co łączy wymienionych, to **światopogląd** (ideologia, system wartości, religia, normy moralne)[30]. U podstaw ich aktywności bądź biernej akceptacji leżą najczęściej[31] **uprzedzenia**, których źródłem są negatywne stereotypy (np. stereotyp Roma jako złodzieja, mieszkającego w ścisku i brudzie; homoseksualisty jako dewianta) czy mity (por. mity o wykorzystywaniu przez Żydów krwi chrześcijan w celach rytualnych, porywaniu i zabijaniu dzieci chrześcijańskich, mit o spisku Żydów dążących do finansowej władzy nad całym

[26] Por. N. Fairclough, *Critical Discourse Analysis*, Addison Wesley, Boston 1995, s. 14.

[27] Por. M. Foucault, *Porządek dyskursu*, przeł. M. Kozłowski, słowo/obraz terytoria, Gdańsk 2002.

[28] D. Howarth, *Dyskurs*, przeł. S. Gąsior-Niemiec, Oficyna Naukowa, Warszawa 2008, s. 24.

[29] M. Bilewicz, M. Marchlewska, W. Soral, W. Winiewski, *Mowa nienawiści. Raport z badań sondażowych*, Fundacja im. Stefana Batorego, Warszawa 2014.

[30] Szczegółowe dane i analizę wyników znajdzie czytelnik w publikacji: M. Bilewicz, M. Marchlewska, W. Soral, W. Winiewski, *op. cit.*

[31] Użyłam tutaj określenia *najczęściej*, ponieważ do mowy nienawiści kwalifikuje się także wypowiedzi jawnie nawołujące do agresji (np. „Żydzi won"), które nie odwołują się do stereotypu.

światem). Uprzedzenia są źródłem manifestowanej w różnym stopniu niechęci do *Innych*[32]. Postawę „nienawistników" można określić jako wykluczającą, dyskryminującą i dominującą. Przedmiotem *mowy nienawiści*, jak wskazują na to przytoczone definicje, są **mniejszości narodowe**, **etniczne** i **religijne** oraz **seksualne**. Kategorie te możemy objąć wspólnym pojęciem *Obcego*[33]. *Dyskurs nienawiści* to pojęcie, w ramach którego mieszczą się bardziej wyspecyfikowane dyskursy: rasistowski, antysemicki, homofobiczny, ksenofobiczny. Treścią *mowy nienawiści* jest, najogólniej ujmując, **publiczne** i **intencjonalne szkalowanie** w sposób jawny i manipulatorski *Obcych*[34], zagrażające porządkowi i wartościom społeczeństwa demokratycznego. Istotne jest również przypomnienie, że przedmiot odniesienia (*Obcy*) nie jest nigdy postrzegany jednostkowo (to istotne zastrzeżenie, pozwala bowiem uchronić przed błędem kwalifikowania do *mowy nienawiści* na przykład wypowiedzi krytykujących, często w sposób uzasadniony, zachowanie członka danej mniejszości). Przypisywane negatywne cechy, oceny, konstruowane narracje odnoszą się do całej zbiorowości.

Dyskurs nienawiści rozsiewa swe treści (jawnie lub aluzyjnie) w zróżnicowanych pod względem gatunkowym tekstach: napisach na murach, filmach, piosenkach, przemówieniach, hasłach, wywiadach, artykułach publicystycznych, opiniach itp. Jego nośnikiem może być leksem (dehumanizująca leksyka, stygmatyzująca etykietka, uwłaczający etnonim), gest, zdanie czy cały tekst.

Tematem artykułu nie jest wszakże charakterystyka *mowy nienawiści* (ta wymagałaby bardziej szczegółowego i zniuansowanego oglądu), wypada więc porzucić ten wątek. Sądzę, że przedstawione przeze mnie argumenty przemawiają za odrzuceniem traktowania *mowy nienawiści* jako gatunku wypowiedzi.

---

[32] Jak dowodzą badania sondażowe, w Polsce współczesnej istnieje znaczna tolerancja mowy nienawiści wobec mniejszości seksualnych i Żydów. 25% ankietowanych Polaków uznało za dopuszczalną w przestrzeni publicznej wypowiedź: „Brzydzę się pedziów, są wynaturzeniem społeczeństwa, powinni się leczyć"; aż 35% Polaków uznało za dopuszczalną wypowiedź lidera Młodzieży Wszechpolskiej: „Rozumiem, że ktoś może mieć skłonności homoseksualne, to jest pewna ułomność, słabość. […] Ale pedałów-działaczy, którzy dążą do przywilejów dla związków homo i adopcji dzieci, trzeba zwalczać". Stosunkowo duże jest też przyzwolenie (15%) dla antymuzułmańskiej mowy nienawiści, najwięcej przeciwników ma z kolei dyskurs rasistowski. Podaję za: M. Bilewicz, M. Marchlewska, W. Soral, W. Winiewski, *op. cit.*

[33] *Obcy* wydaje mi się odpowiednią konkretyzacją kategorii *Innego*. W badaniach nad nierównym traktowaniem różnych grup społecznych zwraca się uwagę, że pojawienie się osoby należącej do jakiejś mniejszości w najbliższym naszym otoczeniu, np. w sąsiedztwie, w rodzinie – co umożliwia jej poznanie – zwiększa stopień wrażliwości na przejawy dyskryminacji wobec całej grupy. Por. J. Mizielińska, M. Abramowicz, A. Stawińska, *Rodziny z wyboru w Polsce. Życie rodzinne osób nieheteroseksualnych*, Instytut Psychologii Polskiej Akademii Nauk, Warszawa 2014; M. Bilewicz, M. Marchlewska, W. Soral, W. Winiewski, *op. cit.*

[34] L. Nijakowski, *op. cit.*, s. 114.

Przejdźmy zatem do *hejtu*, konfrontując jego wyznaczniki z cechami *mowy nienawiści*. W relacji do omówionej już kategorii *hejt* zdaje się pojęciem szerszym i zdecydowanie mniej wyrazistym. W niektórych ujęciach postuluje się wprawdzie odróżnienie obu pojęć, wskazując przy tym jedynie na węższy zakres *mowy nienawiści*, co w konsekwencji i tak pozwala oba zjawiska omawiać pod jednym szyldem[35]. Sądzę, że różnic między nimi jest znacznie więcej. Jaka jest zatem specyfika *hejtu*? W definicjach, zarówno słownikowych, jak i tworzonych przez internautów, wskazuje się, że *hejt* to 'obraźliwy i zwykle agresywny komentarz internetowy'[36]. Wypowiedzi określane tym mianem odnoszą się w równej mierze do instytucji (np. Kościoła katolickiego, rządu, partii politycznej), grupy społecznej (np. uczestników manifestacji organizowanych przez KOD), jak i wybranych jednostek (może to być polityk, aktor, koleżanka z klasy), ale również do pojęć abstrakcyjnych (np. patriotyzm, katolicyzm) czy artefaktów (np. samochód). Wraz ze zwiększaniem się zakresu przedmiotowych odniesień wydłuża się także lista atrybutów przypisywanych obiektom *hejtu* (mogą dotyczyć wyglądu, zachowania, poglądów itp.). Równie szeroka jest przestrzeń tematyczna. *Hejtem* nazywa się powszechnie **skrajnie krytyczne**, **nieuzasadnione merytorycznie**, często **kłamliwe** wypowiedzi, naruszające normy społecznego współistnienia. Jak zauważa Naruszewicz-Duchlińska[37], badane zjawisko odnosi się wprawdzie do pojęcia nienawiści, ale obejmuje szerszą gamę uczuć: **gniew**, **niechęć**, **złość** (przypominam w tym miejscu cytowaną wcześniej uwagę Jerzego Bralczyka). To istotna różnica między *hejtem* a *mową nienawiści*. Kolejna sprowadzałaby się do doraźności celu *hejtowania*, który związany jest ściślej z wymogami konkretnej sytuacji – jest on w mniejszym stopniu typowy (powtarzalny), niż ma to miejsce w *mowie nienawiści*, a zamierzony efekt ma często charakter krótkotrwały. Szczególnie wyraźnie uwidacznia się to w przypadku tzw. *hejtu* politycznego (po przegranych wyborach prezydenckich przez Bronisława Komorowskiego intensywność *hejtowania* jego osoby znacznie osłabła, natomiast wypowiedzi homofobiczne, rasistowskie, ksenofobiczne są w przestrzeni publicznej trwale obecne, choć ich nasilenie jest stopniowalne). Jeśli intencją *mowy nienawiści* jest głównie wyrażone wprost lub implikowane napiętnowanie, nakłanianie do przemocy, dyskryminacja, wykluczenie, to w przypadku *hejtu* idzie albo o wyładowanie złych emocji nadawcy (np. gdy treść odnosi się do wydarzeń niebudzących na ogół kontrowersji), albo o instrumentalnie traktowaną, skrajnie złośliwą, niekiedy cyniczną

[35] Por. A. Naruszewicz-Duchlińska, *op. cit.*

[36] Por. sjp.pl/hejt; sjp.pwn.pl?lista/H,92.html [dostęp: 10.04.2016].

[37] Por. A. Naruszewicz-Duchlińska, *op. cit.*, s. 10.

dyskredytację[38], o negowanie prawowitości adresata *hejtu* do jego występowania w określonych rolach społecznych (polityka, autorytetu moralnego, dobrej matki, atrakcyjnej dziewczyny, utalentowanego artysty itp.). Ten negatywny stosunek ma wiele trudnych do przewidzenia odsłon. Przytoczę jeden przykład. W rozmowie z dziennikarzami „Newsweeka" szef agencji, która reklamuje się hasłem „Kreujemy fakty w Internecie", opowiada o obowiązkach pracowników. *Hejterzy* muszą wymyślać fakty, które trudno zweryfikować. Przytacza następującą opowieść:

> Polityk z konkurencyjnej partii [jego klienta – dop. B. W.] zostawił żonę dla młodszej. Tam nie było żadnego skandalu, facet po prostu się rozwiódł. A my piszemy na lokalnych forach: porzucił żonę z dwójką dzieci dla młodszej baby i jeszcze nie chce płacić alimentów. Startuje w wyborach, bo ta młoda potrzebuje dużo kasy – coś takiego wymyśliliśmy. Szybka reakcja internautów: ale sk…, co za cham! Jak taki człowiek może kandydować! […] I o to właśnie chodziło. Przekonać ludzi, że na takiego polityka nie można głosować. – Kandydat nie dostał się do rady gminy. Mój klient był zadowolony[39].

Wypowiedź ta przeczy obiegowym sądom, że *hejt* to wypowiedź o silnych, negatywnych emocjach, zawierająca wulgaryzmy, inwektywy, wyrażenia łamiące normy zachowań społecznych. Proces dyskredytacji osoby, negatywna stygmatyzacja może przebiegać przy użyciu określeń neutralnych pod względem nacechowania stylistycznego i emocjonalnego.

Relacjonowanie obu pojęć wskazuje, że *hejt* jest słowem dziś częściej używanym i w wielu przypadkach nadużywanym, co prowadzi do rozmycia omawianego pojęcia. Dotyczy to nie tylko konotowanych znaczeń, ale także warstwy pragmatycznej (zwłaszcza efektu perlokucyjnego), jak i płaszczyzny aksjologicznej. Przeczytajmy kilka wypowiedzi internautów:

> Słowo to […] w praktyce bywa używane do naznaczenia wszelkiej krytyki osób, instytucji, wydarzeń, procesów, zjawisk, praw itp., które są niewygodne. Choć pierwotnie miało odnosić się do krytyki nieuzasadnionej i opartej na stwierdzeniach niemerytorycznych i na ogół emocjonalnych, to w praktyce bywa odnoszone do wszelkiej krytyki – także tej popartej argumentacją, nieraz bardzo mocną i rozbudowaną. Wystarczy proste naznaczenie – „hejt" – i cała argumentacja przestaje mieć znaczenie. Słowa, które znaczą dużo, w praktyce nie znaczą nic. I tak wcześniej czy później będzie też z tym słowem[40].

> Na pewno są ludzie, którzy odpowiedzialni są za podkręcanie dyskusji. Wystarczy choćby przejrzeć anonimowe komentarze na Onecie. To służy zwiększeniu klikalności[41].

---

[38] M. Karwat, *O złośliwej dyskredytacji. Manipulowanie wizerunkiem przeciwnika*, PWN, Warszawa 2006, s. 47–48.

[39] R. Kim, E. Lis, *Hejterzy bez zahamowań*, „Newsweek" 2016, nr 6, s. 12.

[40] G. Pacewicz, *Hejt, naukowy*, blog.polityka.pl/2015/06/09/hejt/ [dostęp: 2.05.2016].

[41] To cytat z wypowiedzi socjolog Marii Cywińskiej zamieszczony w tekście M. Gąsiora, *Hejter pilnie poszukiwany* na portalu naTemat.pl. Por. http://natemat.pl/16493,hejter-pilnie-poszukiwany-czyli-jak-nienawisc-robi-kariere-w-sieci [dostęp 29.05.2014].

[…] **jeżeli tworzysz treści, to ciesz się ze zdobytych hejterów**, mogą oni okazać się Twoim kapitałem[42].

W skrajnym przypadku każda negatywna ocena innej osoby może być uznana za przejaw *hejtu*, a tendencja do utożsamienia *hejtu* z krytyką (nawet, jak widać, opartą na racjonalnych argumentach) utrudnia dążenia zmierzające do rugowania z przestrzeni publicznej zjawisk prowadzących do groźnych społecznie skutków, co może być i zapewne będzie wykorzystywane przez liderów partii i ugrupowań politycznych czy inne wspólnoty dyskursywne w walce o wolność słowa, a w efekcie o władzę symboliczną.

Istotne jest zwrócenie uwagi na ambiwalentny stosunek internautów do *hejtu*. Z jednej strony jest słowem, które chętnie by wykluczono z przestrzeni publicznej, z drugiej jest działaniem wykorzystywanym w marketingu, dla niektórych internatów jest elementem autopromocji[43].

Pora zamknąć kolejny wątek. Próba porównania *mowy nienawiści* i *hejtu* przemawia, moim zdaniem, za utrzymaniem różnego statusu obu pojęć. Przy wszystkich wskazanych odrębnościach wykazują one także wiele podobieństw. Z teoretyczno-metodologicznego punktu widzenia istotna jest ich odrębność kategorialna. *Mowa nienawiści* jest typem dyskursu, *hejt* takich warunków nie spełnia. Pozostaje nam więc ulokować go w przestrzeni genologicznej. Nie znaczy to oczywiście, że *mowa nienawiści* pozostaje poza obrębem zainteresowań genologii. Dyskurs i gatunek, jako dwie kategorie modelujące teksty, choć autonomiczne, nie są wobec siebie rozłączne[44]. Oczywiste więc jest, że w tekstach aktualizujących gatunek *hejtu* odnajdziemy ślady *dyskursu nienawiści*.

Dylemat trzeci: jakie miejsce wyznaczyć *hejtowi* na mapie gatunków mowy?

Kolejnym trudnym zadaniem jest określenie gatunkowej specyfiki *hejtu*. Kierując się słownikową definicją (przypomnę: *hejt* – ‘obraźliwy i zwykle agresywny

[42] K. Wolska, *Hejt pożądany*, 2014. Por. marketingwpigulce.pl/hejt-pozadany [dostęp: 29.05.2014].

[43] Przypominam sobie krótką telewizyjną wypowiedź jednej z blogerek modowych, która z dumą mówiła, że ma już cztery *hejty*, a to oznacza, że ludzie jej zazdroszczą, a skoro zazdroszczą, to ona jest wartościową i ważną osobą. Postrzeganie *hejtera* jako konstruktywnego uczestnika dyskusji widać też w niektórych definicjach konstruowanych przez internautów. Przytacza je A. Naruszewicz-Duchlińska, *op. cit.*, s. 23–31.

[44] Więcej w: B. Witosz, *Interakcyjny model relacji gatunku i dyskursu w przestrzeni komunikacyjnej*, [w:] *Gatunki mowy i ich ewolucja*, t. 4: *Gatunek a komunikacja społeczna*, red. D. Ostaszewska, Wydawnictwo UŚ, Katowice 2011.

komentarz internetowy')[45], należałoby uznać interesującą nas formę za wariant internetowego gatunku komentarza (o jego specyfice decydowałaby intencja). Podkreśla się, że najbliższym środowiskiem jego funkcjonowania są wielotematyczne portale społecznościowe[46], choć dziś gatunek ten wkrada się z powodzeniem do świata realnego. Powiedzielibyśmy także, że *hejt* jest gatunkiem „cudzożywnym", nie zastyga we własnej formie, jego oblicze jest wielokształtne[47]. Może przyjąć postać memu, napisu na murach, wyzwiska, tweetu, rysunku, hasła na transparencie czy, oczywiście, komentarza na portalu społecznościowym, blogu itp. Może być składnikiem bardziej złożonych gatunków, jak na przykład przemówienia, artykułu prasowego, plotki, recenzji. Zacytuję fragment recenzji zamieszczonej na łamach muzycznego magazynu „Rolling Stone". Rzecz dotyczy płyty *Jazz* zespołu Queen:

> Ze swoją pretensjonalnością są prawdziwie faszystowską kapelą. Ciekawe kto dogodzi tym mendom i ich skażonym pomysłom[48].

Nawiasem mówiąc, opinia ta pochodzi z początku lat 80. ubiegłego stulecia, co świadczy o tym, że wypowiedzi dziś nazywane *hejtem* mieściły się wcześniej w ramach gatunkowych recenzji, wskazywało się natomiast na jej cechę szczególną, jaką była krytyka bezpardonowa, miażdżąca, deprecjonująca. *Hejtingu* ani *mowy nienawiści* nie zrodziła więc dzisiejsza medialna moda na agresję i obrażanie[49], z pewnością jednak, przyczyniła się do ich rozpowszechnienia. Nadając im nowy rys, wykreowała, myślę, że zasadnie, nowe nazwy. *Hejt*, mimo że jest budulcem innych form tekstowych, sam w sobie jest gatunkiem o złożonej strukturze, wchłania proste gatunki, jak np. wyzwiska czy obelgi. Wobec nieustabilizowanej formy moc gatunkotwórcza spoczywa więc głównie na wykładnikach pragmatycznych: kategorii nadawcy (*hejtera*), któremu przyświeca określony repertuar intencji. Można je sprowadzić do nadrzędnego zamiaru zaszkodzenia komuś/czemuś. Aktywność komunikatywną podmiotu charakteryzuje odpowiedni zespół strategii: prowokacji[50], złośliwej dyskredytacji przez afronty, zniewagi, insynuacje, oszczerstwa, stosowanie argumentów *ad personam*[51]. Stąd *hejt* jest typem wypowiedzi nacechowanej negatywną aksjologią (wartościowanie może być wyrażone wprost lub konotacyjnie) o silnym ukierunkowaniu manipulacyjnym.

[45] Por. przypis 36.

[46] Por. A. Naruszewicz-Duchlińska, *op. cit.*, s. 22.

[47] Por. M. Wojtak, *Gatunki prasowe*, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2004, s. 259–261.

[48] Cyt. za: R. Wolff, *Hejta, wiśta wio!*, „Polityka" 2016, nr 14.

[49] Por. K. Krejtz (red.), *Internetowa kultura obrażania*, Wydawnictwo Ośrodek Przetwarzania Informacji – Instytut Badawczy, Warszawa 2012.

[50] Por. M. Karwat, *Teoria prowokacji*, PWN, Warszawa 2007.

[51] Por. idem, *O złośliwej dyskredytacji…*, *op. cit.*

Schemat relacji nadawczo-odbiorczych wyznacza *hejterowi* pozycję dominującą. *Hejt* jest gatunkiem o silnym oddziaływaniu społecznym (efekcie perlokucyjnym). Gatunek ten dopuszcza znaczą skalę wariantywności w zakresie tematu i odniesień przedmiotowych. Styl mieści się zwykle w niskich rejestrach. Pozostańmy przy tej niekompletnej charakterystyce gatunkowej, by zbliżyć się do kolejnego problemu. Czy *hejt* uznać za odmianę gatunkową (internetowego komentarza?), czy nadać mu status autonomicznego gatunku? Skłonna jestem przychylić się do drugiej możliwości, choćby z powodu silnej ekspansji tego gatunku, który dawno już przekroczył pierwotnie wyznaczone granice. Gdzie jest jego miejsce na mapie gatunków? *Hejt* wykazuje podobieństwa do innych form tekstowych: obelgi, oszczerstwa, kalumnii, potwarzy, pastiszu, zniewagi, można by jeszcze wymieniać dalej[52], ale z żadnym z wymienionych gatunków wypowiedzi nie można go utożsamić. Ze względu na różnorodną sieć relacji, w jakich wymienione formy pozostają względem siebie, można przyjąć, że *hejt* znalazłby się w rodzinie gatunków realizujących cel dyskredytacji, która z kolei wchodzi w relację z szerszym zbiorem gatunków o agresywnym modelu interakcji.

Zmierzając do konkluzji, pragnę podkreślić, że trudności, jakie się piętrzą przed genologiem niemal na każdym etapie badań (wyborów teoretycznych i ścieżek interpretacyjnych) nie wynikają z niedostatków metodologii, ale z trudno uchwytnej, bo dynamicznej i niestabilnej natury przedmiotu badań. Ona powoduje, że genolog nie może się odwoływać, by nie powiedzieć, chować, za określonymi propozycjami teoretycznymi, ale jest zmuszony do ich ciągłej reinterpretacji.

Bibliografia

Bachtin M., *Estetyka twórczości słownej*, przeł. D. Ulicka, PIW, Warszawa 1986.

Bertmiński J., Niebrzegowska-Bartmińska S., *Tekstologia*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2007.

Bauer Z., *Polskie fora internetowe. Przykład „mowy nienawiści" i „mowy agresji"*, [w:] *Komunikowanie (się) w mediach elektronicznych*, red. M. Filiciak, G. Ptaszek, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2009.

Biedroń R., *Próba definicji mowy nienawiści i przestępstw z nienawiści*, [w:] *Raport o homofobicznej mowie nienawiści*, red. G. Czarnecki, Wydawnictwo Kampania Przeciw Homofobii, Warszawa 2009.

Bilewicz M., Marchlewska M., Soral W., Winiewski W., *Mowa nienawiści. Raport z badań sondażowych*, Fundacja im. Stefana Batorego, Warszawa 2014.

[52] Por. I. Kamińska-Szmaj, *Agresja językowa w życiu publicznym. Leksykon inwektyw politycznych 1818–2000*, Wydawnictwo UWr, Wrocław 2007 oraz M. Peisert, *Formy i funkcje agresji werbalnej. Próba typologii*, Wydawnictwo UWr, Wrocław 2004, s. 31.

Bralczyk J., *Łatwiej hejtować niż nienawidzić. O zawrotnej karierze słowa „hejt”*, http://metrocafe.pl/metrocafe/1,145523,18801439,prof--bralczyk-latwiej-hejtowac-niz- [dostęp: 10.04.2016].

Czykwin E., *Stygmat społeczny*, PWN, Warszawa 2007.

Fairclough N., *Critical Discourse Analysis*, Addison Wesley, Boston 1995.

Foucault M., *Porządek dyskursu*, przeł. M. Kozłowski, słowo/obraz terytoria, Gdańsk 2002.

Gajda S., *Gatunkowe wzorce wypowiedzi*, [w:] *Encyklopedia kultury polskiej XX wieku*, t. 2: *Współczesny język polski*, red. J. Bartmiński, Wiedza o Kulturze, Wrocław 1993.

Gąsior M., *Hejter pilnie poszukiwany*, http://natemat.pl/16493,hejter-pilnie-poszukiwany-czyli-jak-nienawisc-robi-kariere-w-sieci [dostęp 29.05.2014].

Howarth D., *Dyskurs*, przeł. S. Gąsior-Niemiec, Oficyna Naukowa, Warszawa 2008.

Juza M., *Hejterstwo w komunikacji internetowej: charakterystyka zjawiska, przyczyny i sposoby przeciwdziałania*, „Profilaktyka Społeczna i Resocjalizacja” 2015, t. 25.

Kamińska-Szmaj I., *Agresja językowa w życiu publicznym. Leksykon inwektyw politycznych 1818–2000*, Wydawnictwo UWr, Wrocław 2007.

Karwat M., *O złośliwej dyskredytacji. Manipulowanie wizerunkiem przeciwnika*, PWN, Warszawa 2006.

Karwat M., *Teoria prowokacji*, PWN, Warszawa 2007.

Kim R., Lis E., *Hejterzy bez zahamowań*, „Newsweek” 2016, nr 6.

Krejtz K. (red.), *Internetowa kultura obrażania*, Wydawnictwo Ośrodek Przetwarzania Informacji – Instytut Badawczy, Warszawa 2012.

Łoziński S., *Problemy dyskryminacji osób należących do mniejszości narodowych i etnicznych w Polsce*, raport nr 219, Wydział Analiz Ekonomicznych Kancelarii Sejmu, Biuro Studiów i Ekspertyz, Warszawa 2003.

Michałowski P., *Gatunki i konwencje w poezji*, [w:] *Sporne i bezsporne problemy współczesnej wiedzy o literaturze*, red. W. Bolecki, R. Nycz, Wydawnictwo IBL, Warszawa 2002.

Mizielińska J., Abramowicz M., Stawińska A., *Rodziny z wyboru w Polsce. Życie rodzinne osób nieheteroseksualnych*, Instytut Psychologii Polskiej Akademii Nauk, Warszawa 2014.

Naruszewicz-Duchlińska A., *Nienawiść w czasach Internetu*, Novae Res, Gdynia 2015.

Nijakowski L., *Mowa nienawiści w świetle teorii dyskursu*, [w:] *Analiza dyskursu w socjologii i dla socjologii*, red. A. Horolets, Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń 2008.

Pacewicz G, *Hejt, naukowy*, blog.polityka.pl/2015/06/09/hejt/ [dostęp: 2.05.2016].

Peisert M., *Formy i funkcje agresji werbalnej. Próba typologii*, Wydawnictwo UWr, Wrocław 2004.

Szul-Szywała A., *Przestępstwa z nienawiści w polskim prawie*, [w:] *Przemoc motywowana uprzedzeniami. Przestępstwa z nienawiści*, red. A. Lipowska-Teutsch, E. Ryłko, Towarzystwo Interwencji Kryzysowej, Warszawa 2007.

Tulli M., Kowalski S., *Zamiast procesu. Raport o mowie nienawiści*, W.A.B., Warszawa 2003.

Witosz B., *Genologia lingwistyczna. Zarys problematyki*, Wydawnictwo UŚ, Katowice 2005.

Witosz B., *O „kłopotliwych" nazwach gatunków mowy*, [w:] *Spotkanie. Księga jubileuszowa dla profesora Wilkonia*, red. M. Kita, B. Witosz, Wydawnictwo UŚ, Katowice 2005.

Witosz B., *Interakcyjny model relacji gatunku i dyskursu w przestrzeni komunikacyjnej*, [w:] *Gatunki mowy i ich ewolucja*, t. 4: *Gatunek a komunikacja społeczna*, red. D. Ostaszewska, Wydawnictwo UŚ, Katowice 2011.

Wojtak M., *Dylematy genologa*, [w:] *Porozmawiajmy o gatunkach*, red. E. Bulisz, M. Wojtak, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2015.

Wojtak M., *Gatunki prasowe*, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2004.

Wojtak M., *Wyznaczniki gatunkowe sylwetki prasowej*, „Stylistyka" 2003, t. 12.

Wolff R., *Hejta, wiśta wio!*, „Polityka" 2016, nr 14.

Wolska K., *Hejt pożądany*, marketingwpigulce.pl/hejt-pozadany [dostęp: 29.05.2014].

Zaśko-Zielińska M., *Przez okno świadomości. Gatunki mowy w świadomości użytkowników języka*, Wydawnictwo UWr, Wrocław 2002.

Wojciech Furman
Uniwersytet Rzeszowski

TRZY WERSJE GATUNKÓW DZIENNIKARSKICH

Od kilku dziesięcioleci internetowe wydania dzienników i czasopism nabierają znaczenia kosztem wydań papierowych[1]. Czy oznacza to kształtowanie się nowych gatunków dziennikarskich? Odpowiedź na tak postawione pytanie wymaga zwrócenia uwagi na fakt, że wydania internetowe tytułów prasowych występują w co najmniej dwóch wersjach: bezpłatnej i płatnej. Przykład dwóch tygodników wskazuje, że tylko w przypadku wydań bezpłatnych oraz niektórych wydań płatnych można mówić o odmiennych zasadach konstruowania materiałów dziennikarskich.

W artykule rozpatrzono pokrótce cechy przekazów dziennikarskich, by zastosować je do analizy dwóch tygodników w każdej z trzech wersji: internetowej bezpłatnej, internetowej płatnej oraz papierowej. Bezpłatne przekazy internetowe zostały powiązane z koncepcją mobilnego dziennikarstwa. Przypisano im funkcję zbliżoną to tej, jaką spełniała i częściowo nadal spełnia papierowa prasa popularna.

Cechy przekazów dziennikarskich

W niniejszym artykule uwaga zostanie skierowana na wybrany fragment procesu komunikowania, a mianowicie na przekaz i jego nośnik. Zarówno zadrukowany papier, jak i ekran komputera przenoszą różne przekazy, w tym przekazy dziennikarskie. Aby wyróżnić przekazy dziennikarskie spośród wszelkich innych, należy wskazać ich cechy.

Cechy przekazów dziennikarskich można podzielić na dwie grupy. Na pierwszą grupę składają się cechy oczywiste, na drugą – cechy mniej oczywiste. Cztery cechy oczywiste to rzetelność, aktualność, zrozumiałość oraz przyjemność wynikająca z lektury. Dziennikarz nie może zmyślać, powinien sprawdzać fakty starannie i gorliwie oraz konfrontować je z różnymi źródłami. Dziennikarz nie jest

[1] „Gazeta Wyborcza" z 5 lutego 2016 roku doniosła na pierwszej stronie, że liczba odbiorców jej wersji internetowej zrównała się z liczbą czytelników wersji papierowej i oba te wskaźniki wynoszą po 5,1 mln.

historykiem, zajmuje się faktami aktualnymi lub mającymi aktualne znaczenie. Dziennikarz pisze prostym językiem, tłumaczy fachowe terminy na język potoczny i stara się nie wykraczać nadmiernie poza horyzont poznawczy swoich odbiorców. Przekazy dziennikarskie czyta się nie z obowiązku, lecz z ciekawości i dla przyjemności, jakiej dostarcza przebieg opisywanej akcji, elegancja wywodu, rozwiązywanie zagadek umysłowych, niepewność wyniku rozgrywki, umiejętność odczytania ironii, aluzji i kpiny.

Druga grupa cech przekazów dziennikarskich jest mniej liczna i daje się sprowadzić do dwóch punktów. Po pierwsze, fakty, na których opiera się przekaz dziennikarski, zostały wybrane i ułożone w narrację na podstawie wyobrażenia o interesie wspólnym antycypowanej grupy odbiorców. Po drugie, ten wspólny interes pozostaje w pewnym napięciu względem interesu władzy politycznej i gospodarczej, jakiej ta grupa odbiorców podlega.

Zajmijmy się na początek punktem drugim, czyli owym napięciem interesów. Gdyby redakcja gazety lub czasopisma po prostu realizowała interesy władzy, wówczas uprawiałaby nie dziennikarstwo, lecz podejmowała działania *public relations*. Gdyby natomiast dziennikarze uporczywie kwestionowali wszelkie działania władzy, ich publikacje stanowiłyby lustrzane odbicie postępowania władzy, tylko ze znakiem minus. Takie przekazy byłyby nieznośnie przewidywalne i znajdowały odbiorców wyłącznie w kręgu zdeklarowanych przeciwników władzy. W rzeczywistości działania dziennikarskie mieszczą się w polu napięcia między różnymi grupami interesów. Znaczącą pozycję na tym polu zajmuje interes antycypowanej grupy odbiorców.

Trudniejsze będzie określenie, czym jest interes wspólny założonej przez dziennikarza grupy odbiorców. Ten wspólny interes może być nieznany i poszukiwany lub znany i narzucany. Poszukiwanie nieznanego wspólnego interesu czy też dobra wspólnego dokonuje się na drodze deliberacji. Wymaga to znajomości problemu, pewnego czasu na wypracowanie własnego stanowiska oraz porównania tego stanowiska z opiniami innych ludzi. Podczas deliberowania dokonuje się transformowanie preferencji przez racjonalną dyskusję[2]. Uczestnicy dyskusji są gotowi do zmiany swego stanowiska pod wpływem argumentów, chociaż osiągnięcie porozumienia utrudniają im różnice w systemach istotności. Wynikiem deliberacji będzie uzgodniona tymczasowa definicja sytuacji oraz tymczasowy plan działania.

Natomiast narzucanie znanego, sformułowanego wcześniej interesu określane jest także jako agregowanie lub kumulowanie preferencji. Dokonuje się na drodze

[2] Pojęcie *deliberacji* według P. Juchacz, *Deliberacja – Demokracja – Partycypacja. Szkice z teorii demokracji ateńskiej i współczesnej*, Wydawnictwo Naukowe Instytutu Filozofii UAM, Poznań 2006, s. 17–24.

perswazji, sugestii lub manipulacji. Perswazja jest racjonalnym argumentowaniem na rzecz ustalonego i niepodlegającego zmianie poglądu. Sugestia odwołuje się do emocji, konformizmu lub autorytetu, a manipulacja pozbawia innych ludzi kontroli nad sytuacją i samokontroli[3].

Zarówno deliberowanie, jak i agregowanie preferencji wskazują, że dobro wspólne jest konstrukcją w różnym stopniu niedokończoną, stale korygowaną i uzupełnianą. Sposoby korygowania i uzupełniania są różne i nie ograniczają się do publikacji dziennikarskich. Zawsze jednak przekazy dziennikarskie stanowią działanie na rzecz wspólnego interesu grupy odbiorców, w przeciwieństwie do interesu partykularnego. Nawet w przypadku publikacji interwencyjnej, kiedy dziennikarz podejmuje działanie na rzecz konkretnej sprawy lub osoby, jest to równocześnie działanie wzywające do przestrzegania zasad dotyczących całej zbiorowości.

Papier a ekran

Gatunek jest zestawem reguł określających budowę dzieła. Reguły te są znane nadawcom i odbiorcom, a wobec powszechności procesów komunikowania przybierają postać ustalonych konwencji kulturowych[4]. Reguły gatunkowe dotyczą tematyki, struktury, pragmatyki oraz stylistyki przekazów dziennikarskich[5].

Prasowe gatunki dziennikarskie kształtowały się w ciągu wieków. Wyznaczają zasady konstruowania przekazów umieszczanych na kolumnach dzienników i czasopism. Przekazy te są odbierane w sposób wizualny. Dziennikarski przekaz prasowy jest zamknięty i umieszczony w kontekście. Można nań rzucić okiem, przejrzeć, uważnie przeczytać lub odłożyć do późniejszej lektury. Towarzyszą mu zarówno przekazy podobne, jak i odmienne, o różnej tematyce i rozmiarze, wzbogacone o elementy graficzne. Całość uzupełniają ogłoszenia drobne i reklamy.

Dziennikarskie przekazy prasowe powstają w kolejnych etapach, sprawdzonych w wieloletniej praktyce. Jest to planowanie, zbieranie materiałów, selekcjonowanie, pisanie, adiustowanie, na koniec makietowanie. W razie potrzeby dziennikarzowi towarzyszy fotoreporter, lecz współcześnie coraz częściej sam autor potrafi wykonać zdjęcie nadające się do opublikowania. Numer dziennika lub

[3] Techniki sugestii, określanej też jako *naiwna manipulacja*, wyliczył M. Tokarz, *Argumentacja, perswazja, manipulacja. Wykłady z teorii komunikacji*, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk 2006, s. 245–292. Definicję manipulacji podał M. Karwat, *Rewizja obiegowych pojęć manipulacji*, [w:] *Przestrzenie manipulacji społecznej*, red. D. Doliński, M. Gamian-Wilk, PWN, Warszawa 2014, s. 52.

[4] D. McQuail, *Teoria komunikowania masowego*, WN PWN, Warszawa 2008, s. 365.

[5] M. Wojtak, *Rozłożone gazety. Studia z zakresu prasowego dyskursu, języka i stylu*, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2015, s. 31.

czasopisma jest efektem zespołowej pracy redakcji. Tytuł gazety jest zarazem jej marką oraz świadectwem gromadzonych w dłuższym okresie zespołowych kompetencji.

Dziennikarski przekaz internetowy ma trzy główne cechy. Jest cyfrowy, wirtualny i zawsze niedokończony, a przez to otwarty na zmiany i uzupełnienia. Często bywa tak, że aktualny, autorski materiał trafia bezpośrednio do sieci bez redakcyjnej obróbki. Każdy opublikowany materiał daje się archiwizować. Dostęp do materiałów publikowanych wcześniej jest możliwy, choć często utrudniony. Oprócz tekstów, zdjęć i tradycyjnych grafik publikowane są pliki audio i wideo oraz grafiki interaktywne. Na ogół przekazom dziennikarskim towarzyszą mniej lub bardziej natrętne reklamy.

Powstanie publikacji internetowej także zaczyna się od starannego planowania tematów. Opowieść o wydarzeniu powstaje przecież w głowie autora, a nie w obiektywie kamery. Pierwsze pytania są niezmienne. Co się dzieje, o czym mówią ludzie, co z tego powinno trafić do gazety, witryny lub portalu? Są też nowe pytania: Czy wystarczy o tym napisać, czy też będzie potrzebne zdjęcie, a może także nagranie audio lub wideo? Jaką strukturę powinna mieć publikacja, aby wywołała zainteresowanie odbiorcy? Czy będą potrzebne archiwalne dane?

Minimalne wyposażenie mobilnego dziennikarza stanowią: smartfon, mikrofon z osłoną chroniącą przed zakłóceniami, słuchawki, lampa błyskowa, dodatkowa klawiatura, prosty statyw. Możliwe jest także zastosowanie szerokokątnej nakładki na obiektyw smartfonu. Do pisania i wysyłania dłuższych tekstów lepiej nadaje się tablet[6]. Całe to wyposażenie jest stosunkowo tanie, lecz pozwala dziennikarzowi na sprawne i szybkie działanie, a przy tym trafianie do odbiorców z przekazem wykorzystującym wiele różnych mediów.

Zbieranie materiałów ułatwiają wyszukiwarki internetowe, lecz jest to co najwyżej punkt wyjścia, a nie rezultat. Dziennikarz obserwuje, rozmawia, pisze, fotografuje, nagrywa pliki audio i wideo. Umieszcza je w mediach społecznościowych lub wysyła do redakcji. Jego materiały informacyjne są krótkie, sporządzane pośpiesznie, otwarte na późniejsze korekty i uzupełnienia. Mimo to powinny być rzetelne, a przy tym atrakcyjne.

Pasjonujący opis takiej pracy dał dziennikarz sportowy Michał Pol w rozmowie dla miesięcznika „Press”[7]:

[6] H. Noske, *Online-Journalismus. Was man wissen und können muss. Das neue Lese- und Lernbuch*, Klartext Verlag, Essen 2015, s. 81–85; G. Hooffacker, *Online-Journalismus. Texten und Konzipieren für das Internet. Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis*, Springer Fachmedien, Wiesbaden 2016, s. 132.

[7] *Z szatni. Z Michałem Polem rozmawia Grzegorz Kopacz*, „Press” 2013, nr 4, s. 21–25.

Ktoś, kto tworzy multimedialne treści, rozumie potrzeby użytkownika i wchodzi z nim w dialog, wykonuje dziesiątki czynności, które w starych mediach były rozdzielone między wiele osób […]. Blog daje mi wielką satysfakcję […]. Dziś nie znoszę programów, które można jeszcze raz nagrać. Wszystko robimy na żywo, jeśli ktoś się walnie, to trudno. Niech ludzie wiedzą, że nie jesteśmy maszynami […]. Gdybym ja po tym dniu intensywnej pracy, całego mnóstw[a] breaking-newsów, zwrotów akcji miał coś napisać do gazety, to bym nie potrafił. Całą wiedzę, którą kiedyś gromadziłem do napisania tekstu, teraz od razu sprzedaję moim czytelnikom. Ja już nie umiem zatrzymać w sobie tego strumienia […]. Obserwuję wpisy 280 osób i mam wrażenie, że to za dużo, ale to one pozwalają mi wyselekcjonować najważniejsze informacje […]. Twitter to doskonała korekta obywatelska, zwróci mi uwagę na każdy błąd. Przekreślam i poprawiam.

Blogi i media społecznościowe stają się w ten sposób środowiskiem wymagającym monitorowania przez redakcję i stanowiącym dodatkowe źródło informacji. W przeszłości w gazecie papierowej centralnym punktem codziennej pracy był sekretariat redakcji. Dwa biurka ustawione naprzeciw siebie, na nich sterty papierów i zdjęć, nad którymi w oparach dymu tytoniowego od rana do późnego popołudnia pochylali się sekretarze redakcji. Razem decydowali o zawartości wydania gazety na następny dzień.

We współczesnej redakcji niezbędnym uzupełnieniem staje się *social media desk*, przy którym pracują dziennikarze zajmujący się przekazami internetowymi[8]. Jest to dodatkowe źródło, które razem z materiałami agencyjnymi oraz doniesieniami własnymi dziennikarzy pozwala na stałe aktualizowanie zarówno bezpłatnej witryny gazety, jak i jej wersji płatnej. Przykładowa lista nowych specjalności dziennikarskich zawiera takie określenia, jak: *majsterkowicz*, *ćwierkający reporter*, *robot*, *broker szybkiej informacji*[9].

Każdy opublikowany materiał często jest opatrzony nie tylko datą, lecz także godziną nadania lub aktualizacji. Zasada drugiej godziny mówi, że mniej więcej godzinę po nadaniu pierwszej informacji o wydarzeniu powinna ukazać się rozszerzona wersja tej informacji.

Gatunki internetowe

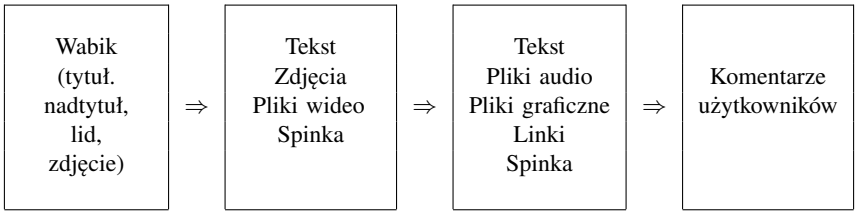
Informacja zbudowana zgodnie z zasadą odwróconej piramidy sprawdza się w przypadku tekstów drukowanych. Jeśli w trakcie lektury czytelnik straci zainteresowanie tekstem, wystarczy, że zwróci wzrok w inne miejsce zadrukowanej kolumny albo przewróci kartkę.

[8] H. Noske, *op. cit.*, s. 155.

[9] V. Luoma-aho, M. Leppänen, T. Uskuli, *Errand boy or enterpreneur? Journalists' expectations of their future roles in Finland*, „Central European Journal of Communication", Fall 2013, s. 191–198.

W przypadku informacji na ekranie samo spojrzenie nie wystarcza. Trzeba zachęcić czytelnika do kliknięcia. Należy go wabić, nęcić, intrygować. Tytuł, nadtytuł i lid stanowią razem przynętę, określaną po angielsku jako *teaser*. Nieuważny, zmienny w swoich gustach odbiorca zostaje schwytany jak na lasso albo w razie niepowodzenia ucieka niczym płochliwa sarna w inne rejony internetu.

Pojedyncze kliknięcie wystarcza w przypadku krótszych tekstów. Dłuższy materiał wymaga podzielenia na bloki łączone spinkami (*cliffhanger*). To słowo oznacza zarówno nagłe zawieszenie akcji, jak też taki fragment tekstu, który zapowiada intrygującą kontynuację i zachęca odbiorcę do kolejnego kliknięcia. Schemat takiej dłuższej publikacji internetowej, jaki zaproponował Henning Noske, przedstawia rycina 1. Liczba bloków nie jest ściśle określona, może być większa lub mniejsza. Każda strzałka oznacza kliknięcie.



Ryc. 1. Schemat publikacji hipertekstowej

Źródło: Opracowanie własne według: H. Noske, *Online-Journalismus. Was man wissen und können muss. Das neue Lese- und Lernbuch*, Klartext Verlag, Essen 2015, s. 49.

Tytuł, nadtytuł i lid powinny zawierać słowa kluczowe, które zostaną dostrzeżone przez wyszukiwarki. Z tego powodu nie zaleca się używania wieloznacznych terminów ani aluzyjnych sformułowań. Trzeba pisać krótko, jasno i do rzeczy.

Linki zawarte w tekście prowadzą do dodatkowych materiałów, w tym danych liczbowych, komentarzy specjalistów lub też do wcześniejszych publikacji. Umieszczenie linków dopiero na końcu tekstu także ma swoje zalety, gdyż nie przerywa ciągłości lektury. Widoczne na rycinie 1 komentarze użytkowników zostały umieszczone w oddzielnym bloku. Trafienie do nich wymaga dodatkowego kliknięcia, co jest charakterystyczne dla wielu gazet niemieckich. Polskie dzienniki i czasopisma raczej umieszczają komentarze odbiorców bezpośrednio pod tekstem.

Rycina 1 przedstawia schemat publikacji w internetowym wydaniu gazety. Teksty, zdjęcia, pliki audio i wideo mogą zostać uzupełnione o atrakcyjne formy graficzne, na co pozwalają dziennikarzom liczne łatwo dostępne aplikacje. Przykładową listę takich aplikacji wraz z opisem ich stosowania zamieścił ostatnio

Tab. 1. Przykładowy zestaw internetowych gatunków dziennikarskich

L. Olszański 2012	W. Godzic, Z. Bauer 2015	W. Godzic A. Kozieł, J. Szylko-Kwas 2015	H. Noske 2015	G. Hooffacker 2016
News gorący	Kwant informacji	*Tweet*	Wzmianka	Wzmianka
News agencyjny		*News*	Notatka	Notatka
News prasowy			Informacja	Informacja
			Wywiad	Wywiad
			Komentarz	Komentarz
			Glosa	Glosa
			Kolumna	
				Feature
		Reportaż multimedialny	Reportaż	Reportaż
			Galeria obrazów	Galeria obrazów
		Kalendarium	Linia czasu	
		Fotokast	Pokaz obrazów	Pokaz obrazów
			Lista rankingowa	
			Chat	
Relacja na żywo			Pokaz na żywo	
			Dziennikarstwo danych	
Mapka, infografika				
Raport *big picture*	Raport *big picture*			
Raport multimedialny				Raport
Blog	Blog	Blog	Blog	
	Mem	Mem		
	Gra internetowa			

Źródło: Opracowanie własne.

miesięcznik „Press”[10]. Schemat przedstawiony na rycinie 1 ma ogólne znaczenie. Daje się zastosować zarówno do informacji, jak też do gatunków publicystycznych. Lecz jakie gatunki dziennikarskie występują w przekazach internetowych? – w tej kwestii jest chyba za wcześnie na ostateczne wyrokowanie. W tabeli 1 zostały zebrane propozycje występujące w pięciu niedawno wydanych książkach autorów polskich i niemieckich[11].

[10] K. Gruszka, M. Kasprzyk, *Pokaż to, nie gadaj*, „Press” 2015, nr 1–2, s. 102–106.

[11] Oprócz cytowanych wcześniej podręczników niemieckich wykorzystano publikacje: L. Olszański, *Media i dziennikarstwo internetowe*, Poltext, Warszawa 2012; *E-gatunki. Dziennikarz w nowej przestrzeni komunikowania*, red. W. Godzic, Z. Bauer, Poltext, Warszawa 2015; *Gatunki i for-*

Zawartość tabeli 1 wskazuje na chaos terminologiczny. Czy krótka bieżąca informacja z miejsca zdarzenia to *news* gorący, kwant informacji, *tweet* czy może tradycyjna wzmianka lub notatka? Czy *chat* to czat, a może pogawędka w sieci? Czy angielski termin *data journalism*, określany po niemiecku jako *Datenjournalismus*, należy tłumaczyć jako dziennikarstwo danych; a może jest to *scraping*, czyli scrapowanie, jak chce autor artykułu w „Press"?[12].

Łatwiej będzie z odpowiedzią na pytanie o to, czy blog, mem albo nawet gra komputerowa stanowią przekazy dziennikarskie? Stanowią wtedy, gdy mają sześć cech wymienionych w pierwszym punkcie tego artykułu.

Hipotezy, metoda badania, dobór próby

Pierwsza hipoteza dotyczy bezpłatnych wydań internetowych i zakłada, że poszczególne materiały mają budowę hipertekstową, przedstawioną na rycinie 1. Druga hipoteza dotyczy płatnych wydań internetowych i zakłada analogię wydania papierowego oraz wydania internetowego. Trzecia hipoteza przypisuje bezpłatnej wersji internetowej rolę wabika, zachęcającego do wykupienia wersji płatnej.

Do badanej populacji weszły dwa znaczące tygodniki: „Tygodnik Powszechny" oraz tygodnik „Polityka". Według danych ZKDP rozpowszechnianie płatne ogółem tygodnika „Polityka" w grudniu 2015 roku wyniosło 131 332 egzemplarze, co sytuuje ten tytuł na trzeciej pozycji wśród tygodników opinii, po „Gościu Niedzielnym" (142 623) i „Newsweek Polska" (141 116). W przypadku „Tygodnika Powszechnego" było to 23 009 egzemplarzy[13].

Badanie prowadzono przez okres jednego tygodnia codziennie od godziny 8 rano. Był to okres od poniedziałku 29 lutego do niedzieli 6 marca 2016 roku. W przypadku bezpłatnej wersji internetowej obu tygodników do próby badawczej weszły te publikacje, które zostały opatrzone datą poprzedniego dnia.

Próba badawcza obu wersji płatnych, czyli papierowej i internetowej, obejmowała po jednym wydaniu każdego z tygodników, figurującym w sieci i sprzedawanym w kioskach w dniu następującym po zakończeniu badania wersji bezpłatnej, czyli w poniedziałek 7 marca 2016 roku. W przypadku obu tygodników był to numer 10/2016.

Metodą badania była analiza zawartości. Jednostkę analizy stanowiła pojedyncza publikacja lub jej element wymieniony w tabeli 2 albo też gatunek dziennikarski z tabeli 3.

maty we współczesnych mediach, red. W. Godzic, A. Kozieł, J. Szylko-Kwas, Poltext, Warszawa 2015.

[12] S. M. Stanuch, *Dziennikarz z programem*, „Press" 2016, nr 1–2, s. 73–75.

[13] http://www.teleskop.org.pl/zkdp/index.jsp?p=publicDataNoReg [dostęp: 20.02.2016].

Tab. 2. Elementy hipertekstowe w bezpłatnych wersjach tygodników

Tytuł	Miara	Publikacje	Spinki	Pliki audio	Pliki wideo	Linki	Komentarze odbiorców	Wabiki
„Polityka”	liczba	85	3	5	16	114	372	18
	procent	100	3,4	5,7	18,4	131,0	427,6	20,7
„Tygodnik Powszechny”	liczba	40	0	0	0	6	11	25
	procent	100	0,0	0,0	0,0	15,0	27,5	65,0

Źródło: Obliczenia własne.

Wyniki analizy

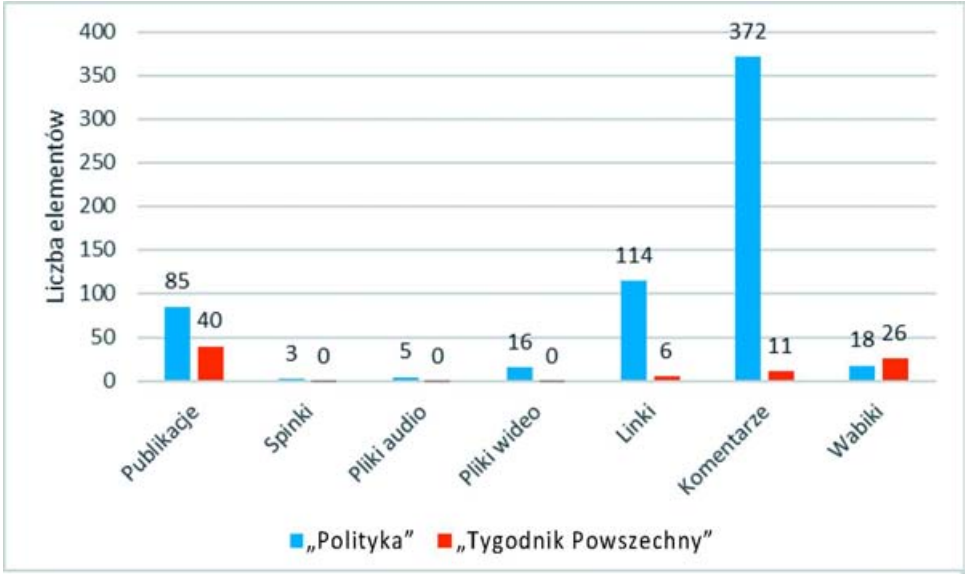
Skrócone wyniki analizy bezpłatnych wersji witryn internetowych obu tygodników przedstawia tabela 2 i rycina 2. Nie zostało w nich uwzględnione występowanie takich zwyczajnych elementów badanych publikacji, jak imię i nazwisko autora, tytuł, nadtytuł, lid, zdjęcie oraz grafika.

Na początku zwraca uwagę rozbieżność w liczbie publikacji, jakie ukazały się w ciągu wybranego tygodnia. W „Polityce” było ich średnio 12,1 dziennie, a w „Tygodniku” tylko 5,7, czyli ponad połowę mniej.

W całej próbie badawczej nie było interaktywnych grafik. Ze spinek i plików audio „Polityka” korzystała bardzo oszczędnie, a „Tygodnik” nie stosował ich wcale. Spinki pojawiły się w „Polityce” tylko w dwóch publikacjach, zatytułowanych *Szokujący raport o najgroźniejszym brytyjskim pedofilu Jimmy Saville'u*” (1.03) oraz *Gdzie pracują psychopaci* (5.03). Warto dodać, że obu tych dość specyficznych materiałów, o wyraźnie popularnym charakterze, nie było w płatnej wersji tego tygodnika. Można domyślać się, że pełniły one funkcję wabika, mającego skłonić odbiorcę do sięgnięcia po płatną wersję „Polityki”.

Nieliczne pliki audio pojawiły się w „Polityce” w recenzjach muzycznych oraz w jednym tekście dotyczącym osiągnięć nauki. Trzykrotnie więcej było plików wideo, także w materiałach z widoczną przewagą recenzji. W „Tygodniku” zabrakło zarówno plików audio, jak i wideo.

Wyraźne różnice między oboma tygodnikami wystąpiły także pod względem linków odsyłających do wcześniejszych publikacji lub dodatkowych danych oraz pod względem komentarzy pisanych przez odbiorców. Średnio każda publikacja „Polityki” zawierała nieco więcej niż jeden link oraz ponad cztery komentarze. W przypadku „Tygodnika” jeden link przypadł na prawie siedem publikacji, a komentarza odbiorców doczekała się mniej więcej co czwarta publikacja. Należy jednak dodać, że komentarze były liczone tylko w dniu następującym po dniu opublikowania tekstu. Ponieważ każdy tekst figuruje w witrynie tygodnika przez co najmniej kilka dni, liczba komentarzy mogła po pewnym czasie wzrosnąć.



Ryc. 2. Elementy hipertekstowe w bezpłatnych wersjach tygodników

Źródło: Obliczenia własne.

Jako wabik określono publikacje ograniczone do pierwszego bloku z ryciny 1. Zawierały tylko tytuł, lid, zdjęcie i początek tekstu. W „Polityce" dalej widoczna była informacja o treści *Wyczerpałeś swój bezpłatny limit 10 bezpłatnych tekstów w miesiącu, zapraszamy do wykupienia prenumeraty*, w „Tygodniku" pojawiało się tylko zaproszenie do wykupienia wersji płatnej. Zapewne z powodu ograniczenia badanego okresu do jednego tygodnia udział wabików w „Polityce" był trzykrotnie niższy niż w „Tygodniku", odpowiednio 20,7% i 65%.

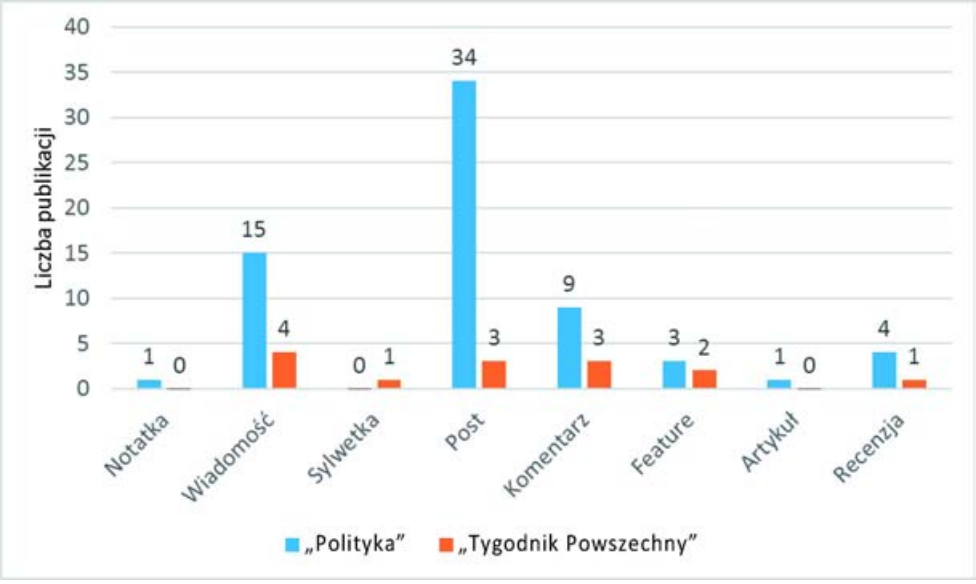
Gatunki dziennikarskie zastosowane w bezpłatnych wersjach internetowych obu tygodników okazały się zbliżone. Przedstawia je tabela 3 oraz rycina 3. W obu z nich zostały pominięte wyliczone wcześniej wabiki, dlatego ogólna liczba publikacji jest niższa niż w tabeli 2 i na rycinie 2. Warto przypomnieć, że wyliczenie nie uwzględnia całej zawartości bezpłatnej witryny badanego tygodnika, a tylko te publikacje, które zostały opatrzone datą mieszczącą się w okresie wybranym do analizy. W obu tytułach stanowiły one zdecydowaną większość.

Największy był udział trzech gatunków: postu na blogu, wiadomości oraz komentarza. Pozostałe występowały zdecydowanie rzadziej. Od gatunków tradycyjnych różniła je tylko obecność niezbyt licznych spinek, plików audio i wideo oraz komentarzy odbiorców.

Tab. 3. Gatunki dziennikarskie w bezpłatnych wersjach tygodników

Tytuł	Miara	Notatka	Wiado-mość	Sylwetka	Post	Komen-tarz	*Feature*	Artykuł	Recen-zja
P	liczba	1	15	0	34	9	3	1	4
	procent	1,2	17,6	0,0	40,0	10,6	3,5	1,2	4,7
TP	liczba	0	4	1	3	3	2	0	1
	procent	0,0	10,0	2,5	7,5	7,5	5,0	0,0	2,5

Źródło: Obliczenia własne.



Ryc. 3. Gatunki dziennikarskie w bezpłatnych wersjach tygodników

Źródło: Obliczenia własne.

Jako *feature* zostały zakwalifikowane publikacje dotyczące złożonych problemów, które przedstawiono na przykładzie losów konkretnych ludzi. Jedyny artykuł był tłumaczeniem tekstu z amerykańskiego czasopisma „The Atlantic" na temat aktualnej sytuacji politycznej w Polsce.

Przejdźmy do porównania płatnych wersji internetowych oraz papierowych obu tygodników. Płatna internetowa wersja numeru 10/2016 „Polityki" zawiera teksty identyczne z tekstami wersji papierowej. Jest w niej nieco więcej zdjęć, a materiały publikowane są w trochę innej kolejności. Jednak podobieństwo obu wersji jest uderzające. Przyczynia się do tego konstrukcja witryny, szanująca nawyki czytelnika wersji papierowej. Najpierw należy wybrać numer do lektury,

klikając na miniaturę strony tytułowej. Po kliknięciu otwiera się strona tytułowa identyczna jak w wersji papierowej, a po niej należy otwierać kolejne strony, co nasuwa porównanie z odwracaniem kartek.

Podobnie funkcjonuje płatna witryna „Tygodnika Powszechnego". Najpierw widać zestaw miniatur stron tytułowych, a po kliknięciu otwiera się zmniejszona reprodukcja strony tytułowej oraz spis treści wybranego numeru. Dopiero po otwarciu kolejnych publikacji można dostrzec różnice w stosunku do „Polityki". W próbie badawczej, czyli w wybranym do analizy numerze 10/2016, nie było spinek ani plików audio. Były jednak 2 pliki wideo, 15 linków i 94 komentarze czytelników. Jeśli odniesie się te liczby do sumy 53 publikacji w danym numerze, oznacza to przeciętnie 1,77 komentarza do każdej publikacji, czyli ponad sześciokrotnie więcej niż w wersji bezpłatnej „Tygodnika". Ponadto każdy dłuższy materiał, czyli 58% ogółu publikacji, został opatrzony przez redakcję zestawem trzech dodatkowych linków, odsyłających do wcześniejszych publikacji „Tygodnika" na zbliżony temat.

Wnioski

Pierwsza i druga hipoteza zostały podważone. Bezpłatne wersje internetowe obu tygodników wprawdzie zawierały elementy hipertekstowe, lecz konstrukcja tych publikacji odbiegała od schematu przedstawionego na rycine 1. Ponadto udział elementów właściwych dla wersji internetowej był niewielki. Albo nie było ich wcale, jak na przykład interaktywnych grafik, albo też ich udział nie przekraczał kilku procent. Większy był tylko udział komentarzy odbiorców, linków odsyłających do innych publikacji oraz udział plików wideo – te ostatnie tylko w przypadku „Polityki".

Płatne wersje internetowe i papierowe były praktycznie identyczne w przypadku „Polityki" oraz różne w przypadku „Tygodnika Powszechnego". W internetowej wersji „Tygodnika" występowały dodatkowo pliki wideo, komentarze odbiorców oraz liczne linki.

Trzecia hipoteza została potwierdzona. Wskazuje na nią znaczny udział publikacji określonych jako wabiki, czyli zawierających tylko początek materiału i opatrzonych zaproszeniem do wykupienia wersji płatnej. Takich publikacji było 20,7% w „Polityce" i 65% w „Tygodniku".

Dodatkowo zwrócono uwagę na gatunki dziennikarskie występujące w wersjach bezpłatnych obu tygodników. Analiza wykazała zdecydowaną przewagę tylko trzech gatunków: postu na blogu, wiadomości, komentarza. Udział recenzji, *feature*, artykułu, sylwetki i notatki nie przekroczył 5%. Zabrakło wszelkich innych gatunków.

Niewielki rozmiar próby oznacza, że badanie miało tylko pilotażowy charakter. Zapewne zbadanie większej liczby publikacji spowoduje, że wyniki będą bardziej miarodajne.

Bibliografia

E-gatunki. Dziennikarz w nowej przestrzeni komunikowania, red. W. Godzic, Z. Bauer, Poltext, Warszawa 2015.

Gatunki i formaty we współczesnych mediach, red. W. Godzic, A. Kozieł, J. Szylko-Kwas, Poltext, Warszawa 2015.

Gruszka K., Kasprzyk M., *Pokaż to, nie gadaj*, „Press" 2015, nr 1–2.

Hooffacker G., *Online-Journalismus. Texten und Konzipieren für das Internet. Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis*, Springer Fachmedien, Wiesbaden 2016.

http://www.teleskop.org.pl/zkdp/index.jsp?p=publicDataNoReg [dostęp: 20.02.2016].

Juchacz P., *Deliberacja – Demokracja – Partycypacja. Szkice z teorii demokracji ateńskiej i współczesnej*, Wydawnictwo Naukowe Instytutu Filozofii UAM, Poznań 2006.

Karwat M., *Rewizja obiegowych pojęć manipulacji*, [w:] *Przestrzenie manipulacji społecznej*, red. D. Doliński, M. Gamian-Wilk, PWN, Warszawa 2014.

Luoma-aho V., Leppänen M., Uskuli T., *Errand boy or enterpreneur? Journalists' expectations of their future roles in Finland*, „Central European Journal of Communication", Fall 2013.

McQuail D., *Teoria komunikowania masowego*, WN PWN, Warszawa 2008.

Noske H., *Online-Journalismus. Was man wissen und können muss. Das neue Lese- und Lernbuch*, Klartext Verlag, Essen 2015.

Olszański L., *Media i dziennikarstwo internetowe*, Poltext, Warszawa 2012.

Stanuch S. M., *Dziennikarz z programem*, „Press" 2016, nr 1–2.

Tokarz M., *Argumentacja, perswazja, manipulacja. Wykłady z teorii komunikacji*, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk 2006.

Wojtak M., *Rozłożone gazety. Studia z zakresu prasowego dyskursu, języka i stylu*, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2015.

Z szatni. Z Michałem Polem rozmawia Grzegorz Kopacz, „Press" 2013, nr 4.

III

GATUNKI W PRASIE DRUKOWANEJ (I W INNYCH MEDIACH DRUKOWANYCH)

Lidia Pokrzycka
Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej

GATUNKI DZIENNIKARSKIE W ISLANDZKICH MEDIACH DRUKOWANYCH. ANALIZA NA PRZYKŁADZIE PISM „THE REYKJAVIK GRAPEVINE" I „ICELAND REVIEW"

Charakterystyka prasy w Islandii

Najdłuższą historię wśród prestiżowych islandzkich dzienników ma „Morgunblaðið", który ukazał się po raz pierwszy w 1913 roku, 3 lata wcześniej na rynek prasowy wszedł dziennik „Visir". Tytuł ten można traktować jako pierwszą stabilną islandzką gazetę, utrzymującą się na rynku przez wiele lat (z czasem tytuł został włączony do gazety-tabloidu „DV"). Były to gazety bezstronne, nieupolitycznione, co stanowiło ewenement w Islandii.

Jednak od 1920 do 1970 roku także w tych dwóch dziennikach widać postępujący wpływ układów partyjnych na bieżące ich funkcjonowanie. Szczególnie „Morgunblaðið" była blisko związana z centroprawicową Partią Niepodległości. Dopiero po 1970 roku na fali niestabilności funkcjonowania partii politycznych, jak również i w początkach prywatyzacji, tytuły te stały się ponownie niezależne[1].

Pod koniec XX wieku nastąpiła drastyczna zmiana w sektorze gazet w Islandii. Przez kilka dekad czytelnicy mogli wybierać między pięcioma, czasem sześcioma gazetami codziennymi, z których każda miała wyraźny profil ideologiczny. W 1991 roku wydawano następujące dzienniki: „Alþýðublaðið" (socjaldemokraci), „DV" (niezależny), „Dagur" (Partia Postępu, później dziennik niezależny), „Morgunblaðið" (niezależny konserwatywny), „Tíminn" (Parta Postępu) i „Þjóðviljinn" (lewicowy socjalistyczny). Te gazety miały już swoją pozycję i konkretną grupę odbiorców. Mimo to, cztery z nich – „Alþýðublaðið", „Dagur', „Tíminn" i „Þjóðviljinn" – zniknęły z rynku w ciągu kolejnych 10 lat. W 2001 roku pozostały tylko „DV" i „Morgunblaðið" wraz z nową gazetą: bezpłatnym dziennikiem „Fréttablaðið". Ten ostatni, chociaż bezpłatny, jest traktowany jako pismo bardzo prestiżowe. Polacy mieszkający w Islandii porównują go do „Gazety Wyborczej"[2].

[1] P. Vilhjálmsson, *Press History in Iceland: A Study of the Development of Independent Journalism in the Icelandic* Daily Press, University of Minnesota, 1993, http://www.pressreference.com/Gu-Ku/Iceland.html#ixzz25OA9y9uy [dostęp: 20.10.2012].

[2] M. Gabryś, *Islandzkie zabawki. Zapiski z wyspy wulkanów*, Pascal, Bielsko-Biała 2010, s. 36–37.

W maju 2005 roku powstał kolejny bezpłatny dziennik pod nazwą „Bladid". Inicjatywa nie była jednak ekonomicznie opłacalna i w 2007 roku tytuł został kupiony przez wydawcę „Morgunblaðið". Przez rok wydawany był pod nową nazwą: „24 stundir" („24 hours"). Jednak w październiku 2008 roku publikacja gazety została zakończona.

W 2008 roku islandzki rynek dzienników opierał się więc na czterech tytułach, trzech płatnych i jednym bezpłatnym. Tabloid „DV" nie cieszy się prestiżem, ale jest stosunkowo popularny, bardzo poważany i konserwatywny jest dziennik „Morgunblaðið". Bardzo stabilnym tytułem okazuje się bezpłatny „Frettablaðið". W sumie w 2007 roku na 100 mieszkańców Islandii przypadało 919 egzemplarzy dzienników (zarówno płatnych, jak i bezpłatnych)[3].

Wszystkie wymienione powyżej gazety wydawane są aktualnie w cyklu porannym, tytuły te publikowane są od czterech do nawet siedmiu razy tygodniowo i uważane za dzienniki ogólnokrajowe (chociaż rzadko docierają do wszystkich mieszkańców północy Islandii). Dzienniki deklarują niezależność od wpływów politycznych oraz wspieranie wolnego rynku. Podkreślić należy, że wszystkie redakcje omawianych gazet mają swoje siedziby w Reykjaviku.

W 2007 roku bezpłatne dzienniki w Islandii stanowiły 73% dziennego czytelnictwa prasy. Gazety płatne odnotowują stały spadek zainteresowania czytelników. Nie jest to jednak tylko wpływ tytułów bezpłatnych. Od 1980 do 1995 roku dzienne nakłady gazet systematycznie rosły (od 88 000 do 98 000). W 2000 roku, czyli ostatnim przed ekspansją gazet bezpłatnych, odnotowano spadek sprzedaży egzemplarzowej o 12%. Siedem lat później wskaźniki wykazały spadek sprzedażowy o 21% w stosunku do roku 1995[4]. Ze spadkiem sprzedaży wiąże się oczywiście zmniejszenie nakładów pism płatnych, co jest częściowo pochodną odpolitycznia tytułów i brakiem funduszy pochodzących od partii politycznych. Sprzedaż dzienników przez lata była też utrzymywana na bardzo wysokim poziomie w sztuczny sposób. Kolejne czynniki wpływające na obniżoną sprzedaż gazet płatnych to, przykładowo, starzenie się ludności, spadek dochodów gospodarstw domowych, wzrost liczby jednoosobowych gospodarstw domowych. Poza tym czytelnicy stają się bardziej wybredni i chcą szybkiego przekazu informacji.

Dzienniki islandzkie wyróżniają się dynamizmem na swoich stronach, ale zarazem pewną stabilnością. Szata graficzna pism w Islandii nie zmienia się gwałtownie. Zmiany sposobu składu następują stopniowo. Podstawą islandzkich gazet jest docieranie do czytelnika ze stałą ofertą tematyczną. Wbrew pozorom, konkurencja na rynku prasowym jest dość duża, z uwagi na aktywność lokalnych

[3] Biblioteka Narodowa i Uniwersytecka Islandii, Statistic Iceland, dane statystyczne działu Newspapers and periodicals, Reykjavik 2012.

[4] *Ibidem*.

mediów, a przede wszystkim portali internetowych. O czytelnika należy więc dbać, nie zmieniać jego przyzwyczajeń. Szata graficzna „Morgunblaðið" i „Frettablaðið" jest przejrzysta i nie odbiega znacząco od wzorców europejskich – kontynentalnych. Cechą wyróżniającą jest brak newsów politycznych na pierwszych stronach. Z kolei „DV", jako klasyczny tabloid, próbuje szokować czytelnika, przede wszystkim na pierwszych stronach, decydujących o zakupie egzemplarza. Sprawy polityczne, sensacje z udziałem parlamentarzystów, to zazwyczaj nagłówki na pierwszych stronach gazety.

Przez wiele lat rynek medialny w Islandii był postrzegany jako ten, w którym powstaje dużo tytułów (chociaż szybko one upadały). Jedna na dwie gazety znikały w ciągu 10 lat, począwszy od wczesnych lat 90. Tendencja rozwojowa była natomiast cechą charakterystyczną czasopism. Kiedy liczba gazet malała, czasopisma oraz periodyki (miesięczniki, kwartalniki) opanowywały rynek.

Według Narodowej i Uniwersyteckiej Biblioteki Islandzkiej w Reykjaviku oraz Urzędu Statystycznego Islandii w połowie lat 80. ubiegłego stulecia funkcjonowało około 500 tytułów czasopism, by na początku lat 90. osiągnąć rekordowy poziom – 1000 tytułów[5]. Od tego momentu liczba czasopism systematycznie spada (przykładowo w 2000 roku wydawano 850 tytułów). Jednak ukazujące się czasopisma dość często ograniczały swoją aktywność wydawniczą do np. dwutygodników, dwumiesięczników czy kwartalników. Magazyny ukazujące się jako miesięczniki lub tygodniki to 1 na 10 tytułów wydawanych w Islandii. Większość ukazujących się czasopism obejmuje swoim zasięgiem bardzo mały obszar i nie ma ambicji rozwojowych. Tylko 15 tytułów czasopism to tygodniki, co najlepiej obrazuje małe możliwości rozwoju rynku.

Kolejną cechą charakterystyczną mediów drukowanych w Islandii jest to, że także tytuł bezpłatny może być uznawany za prestiżowy i skutecznie konkurować zawartością z tytułami płatnymi. Sumaryczny nakład gazet bezpłatnych i płatnych wzrósł od 91 tys. egzemplarzy dziennie do 285 tys. w roku 2007 (po kryzysie w 2010 roku wynosił 129 750)[6]. Biorąc pod uwagę liczbę ludności, to największa popularność gazet (szczególnie bezpłatnych) na świecie, bardzo wielu mieszkańców czyta więcej niż jeden dziennik regularnie. Kryzys 2008 roku sprawił, że zyski reklamowe spadły o ponad 30%, natomiast koszty papieru, druku i dystrybucji bardzo się zwiększyły (o około 70%) w związku z dewaluacją korony islandzkiej[7]. Wydawcy musieli ograniczać wydatki, ciąć koszty, żeby przetrwać na rynku. W związku z kryzysem liczba tytułów bezpłatnych zmalała z pięciu do trzech (dziennik „Viskiptabladid" zmienił częstotliwość wydawniczą,

[5] *Ibidem*.
[6] *Ibidem*.
[7] *Ibidem*.

a „24 stundir", czyli wcześniejszy „Bladid" został zamknięty). Także mniejsze, lokalne wydawnictwa musiały zawiesić swoją działalność. Wszystkie pozostałe na rynku dzienniki bardzo aktywnie działają w internecie. Oferują one czytelnikom na bieżąco aktualizowane informacje, specjalne serwisy informacyjne, udostępniają miejsca na blogi i serwisy wideo pochodzące od czytelników. Strony internetowe zazwyczaj są finansowane dzięki sprzedaży przestrzeni ogłoszeniowej i użytkownicy są zwolnieni z uiszczania jakichkolwiek opłat za zawartość mediów w internecie. W przypadku islandzkich czasopism opinii ogólną tendencją jest przechodzenie tytułów do internetu. W ten sposób rocznie funkcjonuje od 10 do 15 tytułów o treści politycznej. Jednak są to pisma adresowane przede wszystkim do członków czy sympatyków poszczególnych partii politycznych.

Zgodnie z tradycją nordycką większość sprzedaży dzienników odbywa się poprzez system prenumeraty, aż 8 na 10 sprzedanych egzemplarzy rozchodzi się właśnie w ten sposób. W przypadku Islandii dochodzi jeszcze czynnik geograficzny – większość mieszkańców północnych regionów kraju nie ma dostępu do sklepów z prasą, więc prenumerata pocztowa wydaje się najlepszym wyjściem.

Dzienniki islandzkie są uwikłane w szereg układów charakterystycznych dla małych społeczności. Najbardziej niezależne oraz dobrze opisujące specyfikę sytuacji politycznej, gospodarczej i społecznej na wyspie są media anglojęzyczne. Cechą tego typu pism jest duża różnorodność prezentowanych na ich łamach gatunków dziennikarskich.

„Iceland Review"

Do ważnych elementów systemu prasowego Islandii należą wydawnictwa anglojęzyczne opisujące Islandię, jak np. „Iceland Review", ukazujący się jako bezpłatny tygodnik. Czasopismo zawiera wiele reklam, ale także wywiady, przegląd informacji kulturalnych, reportaże, np. z niedostępnych zakątków Islandii[8]. Z uwagi na język wydawania, poręczny format i dostępność w każdym z ośrodków informacji turystycznej oraz w hotelach islandzkich to bardzo dobry i skuteczny sposób dotarcia do anglojęzycznego odbiorcy, w tym do turystów. Aby zapoznać się ze skrótem informacji o tym, co się dzieje w Islandii, można skorzystać ze strony internetowej pisma „Iceland Review" (www.icelandreview.com)[9].

„Iceland Review" to najdłużej ukazujący się magazyn opisujący Islandię, który powstał w 1963 roku. Głównymi tematami pisma są: kultura, społeczeństwo, polityka, biznes oraz islandzka natura (przede wszystkim w formie fotoreportaży). Wydawcą „Iceland Review" jest Útgáfufélagid Heimur hf.

[8] Na przykład P. Stefansson, *On the road again*, „Iceland Review" kwiecień 2012, s. 44–48.
[9] *Ibidem*.



Fot. 1. Przykładowa okładka „Iceland Review"

Źródło: IcelandReview.com [dostęp: 20.03.2016].

W omawianym magazynie na plan pierwszy wysuwają się informacje i analizy dotyczące tematów aktualnie poruszanych przez prasę islandzkojęzyczną. Główną misją pisma jest przekazywanie użytecznych wiadomości skierowanych do anglojęzycznych czytelników mieszkających w Islandii oraz turystów odwiedzających wyspę. Tytuł dodatkowo wzbogacają recenzje książek, filmów czy płyt w jakiś sposób związanych z Islandią.

Uwagę przyciąga szata graficzna pisma. Profesjonalne zdjęcia, dynamiczny skład stron „Iceland Review" wpływają na popularność tytułu. Bardzo dużo miejsca poświęca się na przedstawienie piękna krajobrazu Islandii, ale i zaradności mieszkańców wyspy.

„The Reykjavik Grapevine"

Natomiast „The Reykjavík Grapevine" [RG] to anglojęzyczne czasopismo ukazujące się od 2003 roku, a wydawane przez Fröken Ltd. Od listopada do kwietnia jest to miesięcznik, a od maja do października – dwutygodnik. Pismo jest dystrybuowane w Reykjaviku, Akureyri, Egilsstaðir, Selfoss, Keflaviku, Ísafjörður i w kluczowych miejscach wzdłuż głównej autostrady Islandii, nazywanej nr 1 oraz w ośrodkach informacji turystycznej w kraju. „The Reykjavik Grapevine" jest czasopismem bezpłatnym, rozpowszechnianym np. w sklepach, czy hotelach, powinien więc przyciągać uwagę potencjalnego odbiorcy. Stąd pierwsza strona czasopisma jest zazwyczaj dość atrakcyjna, z zajawkami pod górną winietą (zgodnymi z działami pisma) i tytułem ilustrującym motyw przewodni bieżącego numeru (np. potrawy świąteczne). Druga strona pisma jest odredakcyjna wraz z komentarzem redaktor naczelnej (z humorystycznymi zdjęciami autorki), a także komiksem ilustrującym przywary Islandczyków czy kącikiem nauki języka islandzkiego i ciekawostkami dotyczącymi Islandii. Na 28 stronach pisma znajdują się działy: publicystyka krajowa (przykładowe tematy to trudności z opanowywaniem języka islandzkiego, tłumaczenie zjawiska zorzy polarnej), internetowy (np. opisywana jest działalność islandzkich feministek na Facebooku), filmowy (przykładowo przybliżane są filmy aktualnie kręcone na wyspie), podróżniczy (wędrówki po lodowcach) czy muzyczny (relacje z koncertów, recenzje). W związku z tym, że pismo jest bezpłatne, w około 50% wypełnione jest reklamami. Są one zazwyczaj całostronicowe, dopasowane do problematyki sąsiadujących z nimi publikacji. Pismo wyróżnia się dynamiczną strukturą stron, co można przypisywać zagranicznemu doświadczeniu jego redaktorów.

Wydawcy „The Reykjavik Grapevine" nie boją się pisać o sprawach trudnych, problemach Islandii, ale robią to z humorem i w bardzo dobrym stylu. Czasopismo jest dostępne w biurach turystycznych, hotelach, sklepach i barach w Reykjaviku. Pomimo że jest to pismo bezpłatne, uważane jest za jedno z najbardziej prestiżowych tytułów anglojęzycznych.

Większość dziennikarzy, którzy zamieszczają w RG swoje artykuły, to freelancerzy. Jest to sposób nie tylko na oszczędzanie, ale i stały dopływ nowych pomysłów. Współpracownicy przygotowują też czasopismo od strony graficznej. W latach 2008–2012 Haukur Magnusson, redaktor naczelny, sam redagował czasopismo, a w styczniu 2012 roku zatrudniono na pełny etat dziennikarkę Annę Andersen.

By zachęcać odbiorców do sięgnięcia po bezpłatny „The Reykjavik Grapevine", przez lata opracowano schematy atrakcyjnych stron tytułowych. Jaskrawe kolory, ciekawe zdjęcia i systematyczna zmiana winiety tytułowej, w połączeniu



Fot. 2. Przykładowa okładka „The Reykjavik Grapevine"

Źródło: Grapevine.is [dostęp: 20.03.2016].

z interesującą tematyką poszczególnych numerów, mają zapewniać dotarcie do czytelników. Tematy okładkowe zawsze związane są z aktualnymi wydarzeniami czy np. świętami, a to, że tytuł jest bezpłatny podkreśla się również w winiecie. Ogólnie winieta ulega także zmianom, czasami w stylu tabloidowym (wraz z „wpisanym" logo tytułu).

Analiza zawartości „The Reykjavik Grapevine" i „Iceland Review"

Przeprowadziłam analizę zawartości „The Reykjavik Grapevine" z lat 2014–2016, z której wynika, że dziennikarze czasopisma nie stronią od kontrowersyjnych tematów, dbając przy tym o różnorodność gatunkową zamieszczanych materiałów. Artykuły publicystyczne są najbardziej lubiane przez redakcję. Zazwyczaj w tej formie przedstawia się ważne islandzkie problemy społeczne. Nie pomija się trudnych kwestii związanych ze zdrowiem psychicznym mieszkańców wyspy[10], a także losów uchodźców, zarówno tych od lat mieszkających w Islandii,

[10] H. Hilmarson, *Borderline. Empathy and insanity in the asylum process*, „The Reykjavik Grapevine" 11–14.09.2015, s. 12.

jak i dopiero przybyłych[11]. Lubianym gatunkiem dziennikarskim są także reportaże oraz sondy, podsumowujące ważne wydarzenia w Islandii. Przykładowo, temat dotyczący stowarzyszenia działającego przeciw dyskryminacji uchodźców potraktowano właśnie w formie sondażowej, krótko i według tego samego schematu opisując poszczególnych członków towarzystwa, a także zamieszczając zdjęcia-główki przy każdym opisie[12]. Dłuższe artykuły publicystyczne obowiązkowo są dzielone śródtytułami, często opisywane są także studia przypadków, konkretne przykłady szczególnie pozytywnych działań prospołecznych.

W „The Reykjavik Grapevine" pracują w większości Amerykanie, którzy po kilku miesiącach/latach wracają do USA. Dzięki temu nie boją się opisywać rzeczywistości islandzkiej, robią to także obiektywnie, z racji pewnego odseparowania od tutejszych nieformalnych układów. W trakcie analizy tytułu natrafiłam na opisy zachowań Islandczyków, które nie były akceptowane przez dziennikarzy RG. W jednym z artykułów publicystycznych mogłam przeczytać o tym, że dziennikarka w trakcie pobytu w Islandii stała się wojującą feministką, co wynikało ze sposobu, w jaki traktuje się tam kobiety w pracy. Pewne zachowania Islandczyków w stosunku do pań są na tyle luźne, że chociaż oficjalnie na wyspie nie ma dyskryminacji kobiet, to jednak poznanie odpowiednich form obrony przed atakami słownymi czy nieodpowiednimi zachowaniami ze strony mężczyzn jest wskazane[13].

Lubianym gatunkiem dziennikarskim w omawianym czasopiśmie są także wywiady, najczęściej z politykami. Przykładowo, RG opublikował rozmowę z Astoporem Magnussonem, biznesmenem, politykiem o poglądach zbliżonych do popularnej w Islandii Partii Piratów. Zadawane pytania nie były nazbyt kłopotliwe, chociaż dziennikarz nawiązywał do pewnej ekscentryczności kandydata na prezydenta kraju. Artykuł wzbogaca grafika przedstawiająca kandydata na prezydenta[14].

Dość dużo miejsca w „The Reykjavik Grapevine" zajmują artykuły publicystyczne związane z sytuacją pracowników mediów w Islandii. Zwolnienia coraz częściej ich dotykające, a także powiązania pomiędzy właścicielami mediów islandzkojęzycznych i politykami to coraz częściej materiały czołówkowe tytułu. Utrata pracy przez ponad 50 dziennikarzy i pracowników obsługi mediów publicznych również w 2014 roku spotkała się z reakcją redakcji. Przedstawiono

[11] A. de Ridder, G. Benjamin, *Iceland becomes you. Four successfully resettled refugees relay their stories*, „The Reykjavik Grapevine" 11–14.09.2015, s. 14.

[12] J. Rogers, *Meet the Ninja Team*, „The Reykjavik Grapevine" 11–14.09.2015, s. 17.

[13] J. Lewis, *How working in Iceland turned me into an angry feminist*, „The Reykjavik Grapevine" marzec 2016, s. 10.

[14] Y. Underwood, *The all-seeing eyes of Astpor Magnusson. Iceland original pirate is running for President, again*, „The Reykjavik Grapevine" marzec 2016, s. 12.

sytuację ekonomiczną publicznej telewizji oraz radia, a także problemy związane z ramówką po zwolnieniu z pracy tak wielu pracowników. Relacjonowano również protesty prowadzone przez mieszkańców Islandii pod siedzibami mediów publicznych[15].

Nie pomija się tematów interesujących dla turystów. Współpracownik „The Reykjavik Grapevine" przedstawił realia funkcjonowania elfów na wyspie w formie wywiadu z samym sobą. W trakcie „rozmowy" dementował plotki o blokadach inwestycji drogowych przez małych mieszkańców Islandii, a także podkreślał, że wiara w elfy nie ma nic wspólnego z religią[16].

Na łamach czasopisma systematycznie opisywane są także problemy związane z poszczególnymi porami roku w Islandii. Podkreśla się, że ciemność panująca na wyspie przez kilka długich miesięcy wywołuje u ludzi stany depresyjne, przyczynia się do spadku energii i problemów ze snem. W formie informacji przedstawia się sposoby na złagodzenie tych objawów, w tym uczestnictwo w koncertach, udział w kursach dokształcających czy porady u psychologa. Takie publikacje są proste w odbiorze, krótkie, wzbogacone nastrojowymi zdjęciami[17].

Islandzka prasa bardzo często opisuje przypadki kreatywnych Islandczyków, którzy odnieśli sukcesy w biznesie. Także „Iceland Review" nie pomija tematyki związanej z przedsiębiorczością mieszkańców Islandii. Przykładowo, opisano nową kolekcję odzieży, którą można wykorzystać w różny sposób, multifunkcjonalny. Jak piszą redaktorzy „Iceland Review", idea odzieży użytkowanej w różny sposób, zależnie od potrzeb, ręcznie robionej z naturalnych materiałów wzięła się z idei multifunkcjonalnego świata. Dzisiejsze technologie wymuszają innowacyjność. Stąd pomysł islandzki, który może zawojować świat. Informacja została zamieszczona jako pierwszy temat numeru „Iceland Review" w lutym 2015 roku[18]. Opisano również ekologiczną farmę owiec, prowadzoną przez małżeństwo farmerów na małej wyspie w rejonie zachodniej Islandii. W formie artykułu publicystycznego przybliżono założenia prowadzenia tego typu farmy, specjalnego karmienia jagniąt, ekologicznej paszy. Dodatkowo farma stała się atrakcją turystyczną, punktem wycieczek także w okresie zimowym, co przekłada się również na konkretne efekty finansowe[19].

---

[15] T. G. Benjamin, *The News is getting briefer*, „The Reykjavik Grapevine" 10.01–6.02.2014, s. 12.

[16] K. Tulinius, *So what're these elves I keep hearing about?*, „The Reykjavik Grapevine" 10.01–6.02.2014, s. 10.

[17] J. Rogers, E. Traustadottir, *Welcome to the dark, snow, darkness, SAD – is it time to hibernate?*, „The Reykjavik Grapevine" 9.01–5.02.2015, s. 24.

[18] Edit., *Creating another creation*, „Iceland Review" luty 2015, s. 7.

[19] Z. Robert, *Angel's Lamb*, „Iceland Review" maj 2015, s. 50–53.

Bardzo często w „Iceland Review" publikowane są ciekawostki kulinarne, ale także pod kątem pokazania efektywności działań biznesowych i wyróżniania produktów spożywczych na targach europejskich i światowych. Opisano np. inicjatywy 15 producentów artykułów spożywczych, które wyrabiane są na małą skalę. Nie przeszkadzało to jednak w zaprezentowaniu tych produktów w Londynie z uwagi na ich unikatowość. Szczegółowo opisano specyfikę zazwyczaj rodzinnych biznesów i sekrety dobrych inwestycji. A to wszystko w formie artykułu publicystycznego wraz z komentarzami odredakcyjnymi[20].

Kultura, muzyka to ważne tematy we wszystkich gazetach i czasopismach islandzkich. „Iceland Review" potwierdza regułę. Recenzje występów islandzkich zespołów są stałym punktem miesięcznika. Często opisywane są koncerty muzyki rockowej i reggae[21]. Lubianym gatunkiem dziennikarskim są także wywiady. Zasłużeni dla kultury, osoby wyróżniające się na tle społeczeństwa z uwagi na działalność prospołeczną, artystyczną, bardzo często goszczą na łamach analizowanych pism. Przykładowo w „Iceland Review" przeprowadzono wywiad z Asrun Magnusdottir, nominowaną w 2015 roku do Nagrody Kulturalnej, która zachęca Islandczyków do wyrażania siebie poprzez taniec[22].

Cechą charakterystyczną islandzkiej prasy jest bardzo dobrej jakości szata graficzna, profesjonalne fotografie, które w znakomity sposób ilustrują piękno Islandii. Zdjęcia wysokiej jakości, w połączeniu z artykułami np. o sile wulkanów, są nad wyraz przekonujące[23].

W analizowanych pismach nie pomija się też historii. To bardzo ważna część kultury narodu i media systematycznie przypominają interesujące fakty z przeszłości Islandii. W „Iceland Review" umieszczono np. artykuł o Czarnym Wikingu, który został usunięty z islandzkich sag, bo do nich nie pasował. Postać ta była znana tylko niewielkiej grupie Islandczyków, najczęściej historyków[24].

W formie reportażu przedstawiono reżysera filmowego Ruinara Ruinarssona oraz jego podstawowe filmy[25]. Nie pomija się także przybliżania sylwetek dziennikarzy-operatorów telewizyjnych. Jon Bjorgvinsson jest uważany za jedynego Islandczyka, który relacjonuje konflikty zbrojne na świecie. Redakcja szczegółowo opisuje, także w formie artykułu publicystycznego, działalność Bjorgvinssona wraz z obszernym materiałem zdjęciowym[26]. Główny bohater został ukazany

[20] Z. Robert, *Taste of Iceland*, „Iceland Review" styczeń 2016, s. 44–48.
[21] P. Stefánsson, *Sorrí Júníus*, „Iceland Review" luty 2015, s. 12.
[22] P. Stefánsson, *Sacred Moves*, „Iceland Review" luty 2015, s. 16.
[23] E. Svala Arnardsdottir, *Fire out*, „Iceland Review" luty 2015, s. 30–33.
[24] E. Svala Arnardsdottir, *Viking without a saga*, „Iceland Review" luty 2015, s. 36–39.
[25] E. Svala Arnarsdottir, *Life in light and shadow*, „Iceland Review" styczeń 2016, s. 20.
[26] Z. Robert, *The Ambulance man*, „Iceland Review" maj 2015, s. 38–43.



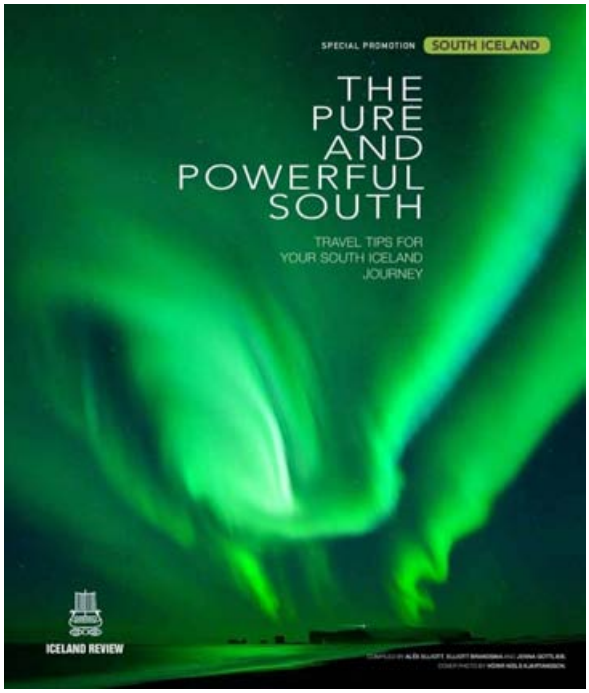
Fot. 3. Przykładowy tekst dotyczący atrakcji turystycznych Islandii

Źródło: „Iceland Review" maj 2015, s. 90–91.

zarówno ze strony służbowej, jak i prywatnej, co miało na celu uświadomienie czytelnikom, że pomimo napotykanych trudności udaje się pogodzić bardzo obciążające obowiązki zawodowe z życiem osobistym. Pokazano również pracę młodego fotografa, Valdimara Thorlaciusa, którego pasją jest dokumentowanie życia na islandzkiej prowincji. W tym przypadku posłużono się krótkim przedstawieniem dorobku artysty wraz z zamieszczeniem jego najlepszych fotografii z ostatnich lat. Ich bohaterowie dodatkowo zostali odnalezieni i przeprowadzono z nimi krótkie rozmowy na temat spotkań z Thorlaciusem[27].

Stałym tematem wszystkich mediów w Islandii jest bieżąca sytuacja gospodarcza w kraju. Nie inaczej jest w „Iceland Review", chociaż tutaj problematykę ekonomiczną łączy się z atrakcjami turystycznymi i odpowiednio prowadzonym marketingiem. Opisywane są przykłady efektywnych kampanii marketingowych wraz z konkretnymi ich rezultatami, prowadzącymi do bardzo dużego zainteresowania turystów samotną wyspą na Atlantyku[28]. Akcentuje się także, że cechą charakterystyczną Islandii jest swobodny dostęp do dóbr natury kraju, ale i ochrona środowiska oraz dbałość o pozostawienie naturalnych atrakcji turystycznych w jak najlepszym stanie dla przyszłych pokoleń. Główne przesłanie tekstu przedstawiono w formie reportażu z niezwykle atrakcyjnymi zdjęciami[29].

[27] Z. Robert, *Alone*, „Iceland Review" maj 2015, s. 44–48.
[28] Edit., *Reykjavik meet in the middle*, „Iceland Review" styczeń 2016, s. 92–93.
[29] P. Stefánsson, *Right to roam*, „Iceland Review" styczeń 2016, s. 56–57.



Fot. 4. Przykładowe zdjęcie wprowadzające w temat atrakcji turystycznych Islandii

Źródło: „Iceland Review" luty 2016 (dodatek specjalny).

Często na łamach prasy islandzkiej pojawiają się także zagadnienia związane w wykorzystywaniem energii odnawialnej. Także redakcja „Iceland Review" w artykule w formie felietonu zastanawiała się między innymi nad tym, czy eksportować energię odnawialną podwodnymi kablami do Wielkiej Brytanii[30].

Po swoim kraju Islandczycy dość rzadko podróżują samochodami czy autobusami. Po Islandii przemieszczają się raczej samolotami. Wydawca „Iceland Review", korzystając z tego środka transportu, w ciągu 2 dni zwiedził największe atrakcje geograficzne wyspy. Wszystkie etapy podróży szczegółowo zrelacjonował w reportażu, także pod kątem zachowania turystów, z którymi zwiedzał kraj. Nieodłącznym elementem tekstu są oczywiście zdjęcia, tym razem jednak przedstawiające przede wszystkim ludzi, z przyrodą na drugim planie[31].

Dla Islandczyków bardzo ważne są książki, to także najlepszy prezent dla każdego mieszkańca wyspy. Recenzje publikacji książkowych są więc w „Iceland Review" zamieszczane bezpośrednio za otwierającym każdy numer komentarzem

[30] Z. Robert, *Energy for everyone*, „Iceland Review" styczeń 2016, s. 52–55.
[31] P. Stefánsson, *43 hours*, „Iceland Review" maj 2015, s. 54–59.

od redaktora naczelnego. W miesięczniku stały dział poświecono także tematyce sportowej, gdzie przybliża się sylwetki popularnych, wyróżniających się sportowców, w tym między innymi sztangistek, które odniosły europejskie sukcesy. Cechą charakterystyczną w tym cyklu są artykuły publicystyczne, których bohaterowie ukazywani są zarówno od strony zawodowej, jak i prywatnej. Redakcja pokazuje kulisy życia popularnych osób wraz z ich wypowiedziami, ale także z komentarzami odautorskimi.

Coraz częściej, nie tylko w „Iceland Review", poruszane są problemy związane z uchodźcami aplikującymi o azyl w Islandii. Większość publikacji to artykuły publicystyczne i informacje przedstawiające sylwetki uchodźców w pozytywnym świetle, a także przychylne opinie o nich Islandczyków. Większość mieszkańców wyspy uważa wręcz za swój obowiązek wspieranie osób szukających pomocy w Islandii. Dziennikarze pokazują przykłady uchodźców, którzy od lat mieszkają na wyspie, bardzo szybko zasymilowali się ze społeczeństwem i stali się szanowanymi obywatelami Islandii. Jest także odwołanie do kampanii na Facebooku, która ma uświadomić Islandczykom, sceptycznie nastawionym do uchodźców, że to imigranci, po zdobyciu z czasem odpowiedniego doświadczenia zawodowego, będą stanowić główną siłę napędową gospodarki kraju. Redakcja „Iceland Review" podsumowuje obszerny artykuł publicystyczny stwierdzeniem, że przyszli sąsiedzi Islandczyków, dziennikarze, Miss Islandii 2022, strażacy, szefowie restauracji, przyjaciele to właśnie obecni uchodźcy, a ludzie nigdy nie powinni mówić, że „twoje życie jest warte mniej niż moje"[32].

Wyniki analizy zawartości „The Reykjavik Grapevine" od marca 2014 roku do marca 2016 roku pokazują, że najpopularniejszym gatunkiem dziennikarskim w tym tytule są artykuły publicystyczne i stanowią około 50% merytorycznej zawartości pisma, następnie krótkie informacje (w tym recenzje) – 30%, reportaże oraz fotoreportaże – 10% i wywiady – 10%. Z kolei w „Iceland Review" także od marca 2014 roku do marca 2016 roku artykuły publicystyczne stanowią 60% ogółu publikacji, reportaże – ok. 20% oraz obszerne recenzje ok. 20%. Specyficzną cechą tego tytułu jest brak krótszych form informacyjnych.

Średnia liczba wszystkich tekstów w badanych numerach „The Reykjavik Grapevine" to 20 materiałów dziennikarskich (w tym średnio 10 to artykuły publicystyczne, 6 to krótkie informacje, 2 fotoreportaże i 2 wywiady). Z kolei w „Iceland Review" średnia liczba wszystkich materiałów dziennikarskich to 40, w tym 24 to artykuły publicystyczne, 8 – reportaże i także 8 – recenzje. W „The Reykjavik Grapevine" średnio ok. 60% zajmują obrazy. „Iceland Review" jest pod tym względem bogatszy (ok. 70%).

[32] Z. Robert, *Welcome to Iceland*, „Iceland Review" maj 2015, s. 60–64.

Dodatkowo w islandzkiej prasie, w tym szczególnie w analizowanych tytułach, zamieszcza się dość dużo reklam (średnio 40–45% powierzchni zajmują właśnie ogłoszenia i reklamy).



Fot. 5. Przykładowa reklama z „The Reykjavik Grapevine"

Źródło: „The Reykjavik Grapevine" 10 stycznia – 6 lutego 2014, s. 8.

Jest to ważny element utrzymania się pism na rynku, tym bardziej że „The Reykjavik Grapevine" to tytuł bezpłatny, natomiast „Iceland Review" bezpłatnie mogą otrzymać mieszkańcy Reykjaviku i turyści, poza terenem Islandii czasopismo jest płatne. Cechą charakterystyczną obu tytułów jest profesjonalna szata graficzna. Czasami w toku analizy zawartości poszczególnych publikacji można odnieść wrażenie, że reklamy są swego rodzaju fotoreportażami, a zatem zostały zachowane podstawowe reguły funkcjonowania profesjonalnych reklam – zwrócenie uwagi czytającego poprzez duże atrakcyjne zdjęcia. Są one bardzo sugestywne, więc treść reklam jest maksymalnie ograniczana. Islandczycy lubią zdjęcia,



Fot. 6. Przykładowe ogłoszenia i reklamy z „Iceland Review"

Źródło: „Iceland Review" marzec–kwiecień–maj 2015, reklamy okładkowe.

wiedzą także, że odwiedzający Islandię turyści nie będą się wczytywać szerzej w artykuły czy reklamy, stąd pisma muszą być bardzo komunikatywe, najczęściej właśnie poprzez oprawę fotograficzną.

Bibliografia

Literatura podmiotu

Arnardsdottir Svala E., *Fire out*, „Iceland Review" luty 2015.
Arnardsdottir Svala E., *Viking without a saga*, „Iceland Review" luty 2015.
Arnarsdottir Svala E., *Life in light and shadow*, „Iceland Review" styczeń 2016.
Benjamin T. G., *The News is getting briefer*, „The Reykjavik Grapevine" 10.01–6.02.2014.
Edit., *Creating another creation*, „Iceland Review" luty 2015.
Edit., *Reykjavik meet in the middle*, „Iceland Review" styczeń 2016.
Hilmarson H., *Borderline. Empathy and insanity in the asylum process*, „The Reykjavik Grapevine" 11–14.09.2015.
Lewis J., *How working in Iceland turned me into an angry feminist*, „The Reykjavik Grapevine" marzec 2016.

Ridder A., Benjamin G., *Iceland becomes you. Four successfully resettled refugees relay their stories*, „The Reykjavik Grapevine" 11–14.09.2015.
Robert Z., *Alone*, „Iceland Review" maj 2015.
Robert Z., *Angel's Lamb*, „Iceland Review" maj 2015.
Robert Z., *Energy for everyone*, „Iceland Review" styczeń 2016.
Robert Z., *Taste of Iceland*, „Iceland Review" styczeń 2016.
Robert Z., *The Ambulance man*, „Iceland Review" maj 2015.
Robert Z., *Welcome to Iceland*, „Iceland Review" maj 2015.
Rogers J., *Meet the Ninja Team*, „The Reykjavik Grapevine" 11–14.09.2015.
Rogers J., Traustadottir E., *Welcome to the dark, snow, darkness, SAD – is it time to hibernate?*, „The Reykjavik Grapevine" 9.01–5.02.2015.
Stefánsson P., *43 hours*, „Iceland Review" maj 2015.
Stefánsson P., *On the road again*, „Iceland Review" kwiecień 2012.
Stefánsson P., *Right to roam*, „Iceland Review" styczeń 2016.
Stefánsson P., *Sacred Moves*, „Iceland Review" luty 2015.
Stefánsson P., *Sorrí Júnús*, „Iceland Review" luty 2015.
Tulinius K., *So what're these elves I keep hearing about?*, „The Reykjavik Grapevine" 10.01–6.02.2014.
Underwood Y., *The all-seeing eyes of Astpor Magnusson. Iceland original pirate is running for President, again*, „The Reykjavik Grapevine" marzec 2016.

Literatura przedmiotu

Biblioteka Narodowa i Uniwersytecka Islandii, Statistic Iceland, dane statystyczne działu Newspapers and periodicals, Reykjavik 2012.
Gabryś M., *Islandzkie zabawki. Zapiski z wyspy wulkanów*, Pascal, Bielsko-Biała 2010.
Vilhjálmsson P., *Press History in Iceland: A Study of the Development of Independent Journalism in the Icelandic*, Daily Press, University of Minnesota, 1993, http://www.pressreference.com/Gu-Ku/Iceland. html#ixzz25OA9y9uy [dostęp: 20.10.2012].

Ewa Maj
Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej

TRADYCJONALIZM GATUNKÓW PUBLICYSTYCZNYCH W TYGODNIKU „MYŚL POLSKA" I „NOWA MYŚL POLSKA"

Uwagi wstępne

Inspiracją do powstania niniejszego artykułu były dwie rocznice ważnych wydarzeń. Przede wszystkim należy wspomnieć o jubileuszu Pani Profesor Marii Wojtak, której dorobek naukowy poświęcony problematyce genologicznej dał podwaliny do rozważań tytułowej kwestii. Niezbędne było przypomnienie fundamentalnej terminologii naukowej sformułowanej przez Jubilatkę, a użytecznej przy analizowaniu publicystyki, jak *prasa* i *gatunek prasowy*. W odniesieniu do pojęcia *prasa* przydatne stało się autorskie wyjaśnienie, że „Prasę pojmuję jako jeden z przekaźników współtworzących komunikaty ukształtowane gatunkowo, służące […] powiadamianiu o faktach, interpretowaniu rzeczywistości i dostarczaniu rozrywki"[1]. Natomiast termin *gatunek prasowy* odnieść można do „wszelkich form wypowiedzi upowszechnianych przez prasę tradycyjną lub wyłącznie do wypowiedzi dziennikarskich"[2]. Wkład Jubilatki do myśli teoretycznej i metodologii badań genologicznych jest imponujący, a koncepcja eksplorowania odmian gatunkowych, w tym sposobu opisu sytuacji gatunkowych, należy do konwencji badawczej dyscypliny naukowej.

Drugi motyw jubileuszowy wynikał z historii tygodnika „Myśl Polska" obchodzącego siedemdziesiątą piątą rocznicę istnienia. Refleksja poświęcona tradycjonalizmowi gatunków publicystycznych skłaniała ku przypomnieniu dorobku pisar-

[1] Definicyjnemu ujmowaniu prasy towarzyszyła też znamienna refleksja: „Jeśli sprawdzą się przewidywania medioznawców wieszczących zagładę prasy drukowanej, ta książka ocali od zapomnienia różnorodne zabiegi redakcyjne, jakie dyskurs prasowy ukształtował i pielęgnował", M. Wojtak, *Głosy z teraźniejszości. O języku współczesnej polskiej prasy*, Wydawnictwo WSPA, Lublin 2010, s. 10.

[2] M. Wojtak, *Analiza gatunków prasowych. Podręcznik dla studentów dziennikarstwa i kierunków pokrewnych*, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2008, s. 9. Gatunek jest „makroaktem językowym, zakładającym (jako akt) istnienie warunków kontekstowych fortunności, którymi są zinstytucjonalizowane, immanentne dyskursowi, relacje podmiotowe i sytuacyjne", H. Grzmil-Tylutki, *Gatunek w świetle francuskiej teorii dyskursu*, Towarzystwo Autorów i Wydawców Prac Naukowych „Universitas", Kraków 2007, s. 65.

skiego czasopisma, którego początki sięgały 20 marca 1941 roku, gdy w Londynie ukazał się jego pierwszy numer. Był ideowo związany ze Stronnictwem Narodowym na wychodźstwie[3]. Tytuł i format nawiązywały do przedwojennego tygodnika „Myśl Narodowa", organu ideotwórczego, należącego do systemu prasowego Narodowej Demokracji [dalej: ND][4]. W ostatniej dekadzie XX wieku redakcja tygodnika została przeniesiona do Warszawy, gdzie kierownictwo objęli: Bogusław Kowalski w latach 1993–1997, a następnie Jan Engelgard. Czasopismo stało się wyrazicielem programu politycznego kręgów narodowo-liberalnych[5]. Zmiana oblicza politycznego tygodnika nastąpiła w połowie 2001 roku, gdy powstała Liga Polskich Rodzin, której przywódcy wykazali się ekspansywnością przy przejmowaniu pisma. Wskutek konfliktu wewnątrz narodowego środowiska politycznego wyodrębniła się „Nowa Myśl Polska", która stanowiła alternatywę dla „Myśli Polskiej", funkcjonując w latach 2001–2004 pod kierunkiem Engelgarda. Powrót do poprzedniego tytułu nastąpił z początkiem 2005 roku.

Zawartość pisma została poszerzona o ważne działy tematyczne, takie jak: „Gospodarka", „Historia", „Kresy", „Kultura", „Myśl Literacka", „Myśl Polityczna", „Polska", „Publicystyka", „Rosja", „Świat". Dopełnienie stanowiły rubryki: „Dokumenty", „Kalejdoskop polski", „Komunikat", „Kontrowersje", „Minął tydzień", „Opinie", „Polecamy", „Powiedzieli", „Prosto z mostu", „Przeczytane", „Ring polityczny", „Rozmowa", „Sylwetki", „Wydarzenia". Redakcja czasopisma stosowała techniki ułatwiające czytelnikom orientację w sferze gatunków publicystycznych. Odpowiednio dzieliła przestrzeń tygodnika, by odbiorcy nie mieli trudności z lekturą wybranych tekstów. Przekazywała rzeczowe dane, dzięki którym klarownie zagospodarowano pole systematyki gatunków dziennikarskich, ograniczając rozterki natury metodologicznej. W odniesieniu do materiałów publicystycznych bez szczególnych cech identyfikacyjnych stosowano tryb auktorialny i nadawano im nazwy kategorialne, używając do tego celu tytułu, nadtytułu bądź innej formy paratekstu. W pasku paginy (z pominięciem strony tytułowej) wyodrębniono szpalty, w których obok etykiet: „Aktualności", „Forum", „Historia", „Kraj", „Lektury", „Reklama", „Świat i Polska", „Varia", znalazły się nazwy: „Felietony", „Publicystyka", „Rozmowy". Klasyfikacja materiałów dzien-

[3] M. Motas, *„Myśl Polska" – najstarszy tygodnik narodowy*, „Myśl Polska" [dalej: MP] 13–20.03.2016, nr 11–12, s. 4; W. Turek, *„Myśl Polska" na emigracji*, [w:] *„Myśl Polska" na emigracji 1941–1976. Antologia tekstów*, oprac. idem, M. Urbanowski, Wydawnictwo ARCANA, Kraków 2005, s. 9–19.

[4] Na temat czasopiśmiennictwa Narodowej Demokracji ukazało się czterotomowe opracowanie, zob. *Prasa Narodowej Demokracji*, t. 4: *Prasa lokalna, regionalna, środowiskowa*, red. E. Maj, A. Dawidowicz, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2013.

[5] O kulisach ewolucji ideowej tygodnika napisał W. Wasiutyński, *Dzieła wybrane*, t. 1, oprac. W. Turek, Wydawnictwo EXTER, Gdańsk 1999, s. 482–484.

nikarskich nie budziła zatem wątpliwości, ponieważ określała kontrakt między nadawcą i odbiorcą, ponadto można było przyjąć, że autorzy tekstów wykazywali się świadomością istnienia odmian gatunkowych i dawali temu wyraz w nagłówkach publikacji[6]. Stosowali konkretną ich systematyzację, operując kategoriami historycznoliterackimi. Takim zabiegom sprzyjała dążność do tworzenia monotematycznych numerów czasopisma albo przynajmniej zachowania jednotematyczności bloków w konkretnych numerach „Myśli Polskiej”.

Teksty w „Myśli Polskiej” miały przynależność gatunkową z wyraźnie limitowaną jednością językową, której charakterystycznym elementem była bogata terminologia nacechowana ideologicznie. W publicystyce uwidoczniła się funkcja tworzenia i utrwalania konkretnego obrazu świata, zgodnie z narodowym systemem wartości.

Uzasadnienie zachowawczości i cechy tradycjonalizmu gatunkowego

Konserwatyzm gatunków prasowych oznaczał istnienie niezmodyfikowanych form pisarstwa dziennikarskiego, ich historycznego rozwoju, nienaruszalnej struktury oraz trwałości systematyki gatunków. O tradycjonalizmie decydowały następujące czynniki: (1) historia systemu prasowego Narodowej Demokracji; (2) profil ideowy pisma; (3) związek członków zespołu redakcyjnego z narodowo-konserwatywnymi ugrupowaniami politycznymi; (4) świadomość skuteczności oddziaływania na czytelników; (5) gotowość do wykorzystywania form wypowiedzi użytkowych lub popularnych; (6) wyrażanie sprzeciwu wobec niekonwencjonalnych gatunków publicystycznych, zawierających „nihilistyczne”, anarodowe treści. Jedynie w nielicznych wypadkach sięgano do umiarkowanie innowacyjnych form strukturalnych celem wzmocnienia przekazu perswazyjnego.

Zachowawczość gatunków publicystycznych w „Myśli Polskiej” i „Nowej Myśli Polskiej” stanowiła następstwo historycznego charakteru prasy ND. Począwszy od ostatniej dekady XIX wieku, kierownictwo formacji narodowej dbało o wytworzenie pełnego zestawu periodyków: dzienników, tygodników, miesięczników, roczników. Troszczono się o zapewnienie istnienia i funkcjonowania prasy pozycjonowanej pod względem: terytorialnym, odbiorczym (płeć, wiek, zawód),

[6] W literaturze przedmiotu tego typu zabieg uzyskał miano *dookreślenia arbitralnego*, zgodnie z którym teksty publicystyczne są opatrzone nazwami gatunkowymi, aby „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”, M. Wojtak, *Rozłożone gazety. Studia z zakresu prasowego dyskursu, języka i stylu*, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2015, s. 136.

a także specjalizacyjnym. Zabiegano o dobór publicystów, którymi byli politycy, naukowcy, eksperci z różnych sfer życia społecznego, znawcy ekonomiki, kultury artystycznej, specjaliści z zakresu niemal wszystkich dziedzin aktywności jednostki ludzkiej i grup społecznych. Wytworzyła się kultura publicystyczna z ustaloną typologią tekstową w postaci materiałów argumentacyjnych, dialogowych, narracyjnych, opisowych, wyjaśniających. Obecna w niej była bogata oferta gatunków publicystycznych z czytelnym podziałem na dwie kategorie: gatunki informacyjne i gatunki publicystyczne. Można też było zauważyć obecność gatunków umiarkowanie hybrydycznych, ale zawsze z podkreśleniem, że kryterium podziału stanowiła pozycja podmiotu (autora) tekstu[7].

Zachowawczość gatunków publicystycznych tygodnika „Myśl Polska" stanowiła następstwo cech przynależnych politycznemu organowi prasowemu. Wśród nich wyróżniały się parametry historyczne, ideowe, personalne, polityczne, komunikacyjne. Dzieje czasopisma skłaniały ku podtrzymywaniu tradycjonalizmu form wypowiedzi, które były zdeterminowane przez ideologię narodową[8]. W odniesieniu do spraw personalnych starano się o stabilność składu redakcyjnego. Nadawca był zdefiniowany pod względem socjopolitycznym, a więc z zastosowaniem kryterium wieku, wykształcenia, upodobań estetycznych i – nade wszystko – preferencji politycznych. Pod względem wieku publicyści „Myśli Polskiej" i „Nowej Myśli Polskiej" na początku XXI wieku mieścili się w przedziale pokolenia starszego i średniego. W gronie najstarszych znaleźli się: Zbigniew Lipiński (rocznik 1943), Ireneusz T. Lisiak (1948), Antoni Koniuszewski (1951), Jacek Bartyzel (1956), Jan Engelgard (1957), Bogusław Kowalski (1964), Maciej Eckardt (1968). Wśród młodszych byli Lusia Ogińska (1974) i Maciej Motas (1977). Tworzyli publicystykę o tematyce historycznej, wojennej, kresowej. Pisali artykuły, polemiki, komentarze, a także sporządzali omówienia recenzyjne oraz kroniki. Ze względu na rodzaj i poziom wykształcenia preferowane były gatunki umożliwiające inicjowanie i stosowanie refleksji historiozoficznej, publikowano materiały źródłowe, opracowywano artykuły analityczne. Publicyści doceniali twórczość literacką, w tym teksty liryczne. Byli ponadto autorami recenzji utworów beletrystycznych, a szczególnym rodzajem ich aktywności pisarskiej stała się felietonistyka o charakterze humorystycznym. Jeśli chodzi o upodobania polityczne, nie było wątpliwości, że aparat nadawczy zmajoryzowali zwolennicy ideologii narodowej z uwzględnieniem poglądów konserwatywnych (felietonistyka w działach: „Pro fide, rege et lege" oraz „Pro Deo et Patriae") oraz poglądów ludowych (artykuły,

[7] Szerzej zob. *Prasa Narodowej Demokracji*, t. 3: *Publicyści*, red. E. Maj, A. Dawidowicz, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2012.

[8] M. Motas, *Od Dmowskiego do Giertycha. Szkice z dziejów obozu narodowego*, Wydawnictwo Prasy Lokalnej, Warszawa 2012, *passim*.

listy, wywiady)[9]. Wreszcie, ze względu na upodobania estetyczne wypadało zwrócić uwagę na zachowawczość zewnętrznego kształtu tygodnika, stałego formatu czasopisma, niemal niezmienionej szaty graficznej z dopuszczalnymi modyfikacjami związanymi z minimalną korektą rozmieszczenia tekstów i ilustracji bądź z pojawieniem się fotografii oraz fotoreportaży.

Nadmienione powyżej ideowe i polityczne motywy decyzji w sprawie utrzymania tradycjonalizmu gatunkowego miały odzwierciedlenie w monotematycznym charakterze publicystyki politycznej. Dominowała tematyka narodowa, ewentualnie z domieszką pośredniości ideowej, a więc problematyki narodowo-ludowej czy narodowo-katolickiej. Charakterystyczna była wybiórczość zagadnień dotyczących narodu, a więc interesów narodu polskiego, kondycji narodowej, świadomości Polaków, stanu polskości w XX wieku i na początku nowego stulecia. Definicyjne składniki pojęcia *publicystyka* oznaczały, że nieobiektywne były czynności selekcji faktów dotyczących dziedziny narodowej, doboru metody przedstawiania wydarzeń z przeszłości Polski i czasów współczesnych oraz trybu ustalania kolejności ich prezentacji. Nie mogło być mowy o orientacji neutralnej, natomiast ujawniały się efekty orientacji zaangażowanej w tematykę narodową. Dominował styl jasny, zabiegano o przystępność słownictwa, którego zrozumienie nie wymagało szczególnego namysłu ze strony czytelnika. Aparatura pojęciowa obejmowała kwestie etnogenezy, tożsamości narodowej, czynników umacniania przynależności narodowej, etyki narodowej, egoizmu narodowego i ich derywatów[10]. W publicystyce objawiały się efekty budowania relacji z czytelnikiem na gruncie wspólnoty terminologicznej, przy sprzeciwie wobec formuł poprawności politycznej[11].

Tygodnik z naturalnych powodów nie był w stanie bazować na nowinkach informacyjnych, a zatem jego publicystyka była nie *newsowa*. Posiłkowano się odwołaniami do wydarzeń z ostatnich dni, mając świadomość spóźnienia przekazu wiadomości o bieżących zjawiskach politycznych czy społecznych. W warunkach skracania dystansu czasowego między wydarzeniem a informowaniem o nim odbiorcy redakcja tygodnika ograniczała funkcję informacyjną do niezbędnego minimum, wynikającego z oceny bieżących spraw politycznych. Świadoma

[9] E. Maj, *Prasa w procesie komunikowania politycznego na przykładzie tygodnika „Myśl Polska” w latach 2001–2005*, [w:] *Współczesne media. Status, aksjologia, funkcjonowanie*, t. 2, red. I. Hofman, D. Kępa-Figura, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2009, s. 138–147.

[10] Uwidaczniała się „zasada relewancji w odniesieniu do tematu w kanonicznych wariantach wzorców gatunkowych”, M. Wojtak, *Głosy…*, *op. cit.*, s. 28.

[11] E. Maj, *Prasa niszowa wobec wyborów parlamentarnych w Polsce: przypadek periodyków neoendeckich*, [w:] *Media w kampaniach wyborczych*, red. W. Furman, P. Kuca, D. Szczepański, Wydawnictwo UR, Rzeszów 2016, s. 53–63; eadem, *Ekskluzywny, elitarny, wyjątkowy, czyli obraz narodu w prasie neoendeckiej*, [w:] *Współczesne media. Medialny obraz świata*, t. 2: *Studium przypadku*, red. I. Hofman, D. Kępa-Figura, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2015, s. 123–137.

decyzja była wyartykułowana także wówczas, gdy informacji towarzyszyła analiza zdarzenia politycznego bądź gdy pojawiał się komentarz służący kompensacji braku newsa informacyjnego[12]. Ograniczenie funkcji informacyjnej sprzyjało ustaleniu, że obowiązuje „zasada przestrzegania paktu faktograficznego oznaczająca konieczność dokumentalnego relacjonowania, a więc zarówno relewancji tematycznej, jak i stylistycznej"[13].

Tradycjonalizm oznaczał podtrzymanie klasycznego charakteru twórczości dziennikarskiej, co prowadziło do unikania osobliwości czy wręcz ekstrawagancji i skutkowało decyzją o rezygnacji z niestandardowych elementów tekstu publicystycznego i dokonywania transgresji gatunkowych. Redaktorzy tygodnika porzucali pomysły epatowania czytelników formalnymi nowinkami zmieniającymi ich przyzwyczajenia gatunkowe. Raczej starano się, by w każdym materiale prasowym w „Myśli Polskiej" i „Nowej Myśli Polskiej" uwidaczniały się wyznaczniki strukturalne tekstu w postaci komponentów inicjalnych i komponentów finalnych. Wśród komponentów początkujących wypowiedź, takich jak nagłówki oraz delimitatory wstępne uobecnione były zwroty: (1) triumfalne – radośnie oznajmiające o oczekiwanym przez publicystę wydarzeniu – *Stało się!*, gdy treść wypowiedzi dotyczyła aktywności środowiska młodych narodowców, którzy powołali do życia nowe Koło Młodzieży Wszechpolskiej[14]; (2) ostrzegające – zawierające przestrogę przed zagrożeniami życia publicznego w Polsce – *Oskarżam!*, gdy publicysta zgłaszał zastrzeżenia względem elit państwowych i kościelnych, zarzucając im obojętność na zjawisko relatywizmu wartości politycznych[15]. Obudowa wypowiedzi publicystycznej w postaci nagłówka miała w tygodniku raczej charakter informacji poprzedzającej zasadniczy korpus tekstu niż postać quasi-spisu rzeczy, pozwalającego czytelnikowi zorientować się w zawartości materiału publicystycznego. Nagłówki należały do wydarzeń przytoczonych, ale mieściły w sobie

[12] W zapisie sygnowanym dopiskiem *Od redakcji* wyjaśniano, że *tekst powstał przed ostatnią turą wyborów prezydenckich, jednak ze względu na wartość analityczną uznaliśmy za stosowne go zamieścić. W chwili jego ukazania się drukiem nasi czytelnicy będą już znać ostateczny wynik wyborów*, L. Mażewski, *Mniejsze zło*, MP 30.10.2005, nr 44, s. 8.

[13] M. Wojtak, *Głosy…*, *op. cit*., s. 28.

[14] Środowisko młodych narodowców, które *od miesięcy dawało o sobie znać poprzez różnego rodzaju działania jak np. kampania wyborcza, spotkania, obecność na manifestacjach w Warszawie i Siedlcach, dokonało sformalizowania swojej struktury*, A. Bogucka, *Powstało Koło MW w Sulejówku*, MP 30.11.2005, nr 44, s. 3; zob. też *Wykorzystać szansę! – z Radosławem Pardą, Prezesem Rady Naczelnej Młodzieży Wszechpolskiej, rozmawia Bogusław Sobczak*, „Nowa Myśl Polska" [dalej: NMP] 21.03.2004, nr 12.

[15] J. Bartyzel, *Oskarżam!*, MP 30.04–7.05.2006, nr 18–19, s. 8. W tekście trzykrotnie pojawiała się tytułowa fraza: *oskarżam* wraz z kolejnymi grupami poddawanymi krytycznej ocenie, jak: *medialne kurtyzany*, *bojaźliwi politycy*, *niegodni kapłani Kościoła, skwapliwie dający swoje imprimatur dla każdej bredni i każdej herezji*.

elementy komentatorskie, choć mające raczej wyważony charakter informacyjny. Delimitatory wstępne przybierały kształt hasła, nierzadko dopełnionego znakiem zapytania: *Czy polskość jest chorobą?* bądź *Międzymorze? A co to jest?*[16].

Komponenty finalne w formie delimitatorów zawierających metaoperatory w postaci eksplicytnych formuł, a także delimitatorów implicytnych informujących o końcu wypowiedzi służyły podsumowaniu zawartości tekstu. Zawierały wnioski konkretne o wartości uogólnionej, co miało miejsce, przykładowo, przy omówieniu recenzyjnym książek opozycjonistów rosyjskich. Końcowe zdania zawierały elementy oceniające polskie środowiska polityczne dotknięte *wirusem rusofobii*. Domykało je stwierdzenie: *Niestety, publikacje takie nie przyczyniają się do zrozumienia Rosji*[17]. Zakończenie recenzji wymagało podsumowania i oceny, która wprawdzie była nacechowana subiektywnie, ale pozostawała w zgodzie z konwencją gatunku[18]. Zakończenie ponadto pozwalało na sformułowanie opinii generalizującej zagadnienie stosunku do zjawiska rusofobii, któremu nieustannie poświęcano uwagę. Recenzja książek o wymowie politycznej skłaniała do rozszerzonego wnioskowania, by przekonać czytelnika o słuszności przeprowadzonego wywodu. W takiej sytuacji delimitator finalny mógł zostać wyodrębniony w postaci akapitu. Natomiast w odniesieniu do wypowiedzi, które nie pozostawiały pola wątpliwości u odbiorcy, przykładowo w felietonie, delimitator finalny przybierał postać krótkiego zdania zawierającego morał. W takim wypadku wywód publicystyczny kończył się zdaniem sentencjonalnym: *Mądrość nakazuje być sceptykiem, ale umiarkowanie wyrozumiałym*[19].

Typ dyskursu politycznego zdeterminowanego ideologią narodową oznaczał, że publicystyka „Myśli Polskiej” i „Nowej Myśli Polskiej” miała jeden cel: ob-

[16] B. Cios, *Czy polskość jest chorobą?*, NMP 23.03.2003, nr 12, s. 9; A. Koniuszewski, *Międzymorze? A co to jest?*, MP 13–20.03.2016, nr 11–12, s. 20.

[17] J. Engelgard, *Tendencyjnie o Rosji i Putinie*, MP 30.10.2005, nr 44, s. 10. Finalna część wniosków mieściła w sobie opinię: *Fakt wydawania ich książek w Polsce to dowód na to, że polskie ośrodki opiniotwórcze wolą patrzeć na Rosję przez takie właśnie okulary, bo jest to dla nich potwierdzeniem ich fobii*; zob. też M. Nowak, *Tołstoj o niedojrzałości*, NMP 21.04.2002, nr 16, s. 13; A. Koniuszewski, *Meandry geopolityki. Wpływ gry mocarstw na położenie Polski*, Wydawnictwo Prasy Lokalnej, Warszawa 2012, *passim*. Na temat stosunku do Federacji Rosyjskiej w kontekście sprawy ukraińskiej por.: E. Maj, *Publicystyka polityczna tygodnika „Myśl Polska” i „Nowa Myśl Polska” wobec Ukrainy i Ukraińców*, [w:] *Obraz współczesnej Ukrainy w mediach w Polsce*, red. I. Hofman, J. Maguś, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2014, s. 13–28.

[18] „W pozycji zamknięcia tekstu kumulują się zwykle treści podsumowujące, ukonkretniające, a zatem oceniające i wartościujące przywoływane wydarzenia, zjawiska, przedmioty czy osoby”, M. Pietrzak, *Wyznaczniki gatunkowe felietonu drugiej połowy XIX wieku na przykładzie tekstów Henryka Sienkiewicza, Bolesława Prusa i Aleksandra Świętochowskiego*, Wydawnictwo UŁ, Łódź 2013, s. 105.

[19] A. Koniuszewski, *Felieton ironiczny*, MP 13.02.2005, nr 7, s. 19.

jaśnianie świata pod kątem optyki narodowej, z gotowością do wykorzystywania argumentacji związanej z interesami polskości oraz z komentarzami i ocenami, w których świat przedstawiony jest w porządku „swoi" i „obcy". Spełniała rolę pośrednika gry politycznej, zmierzając do pozyskania zainteresowania czytelników, zachowania samodzielności ideowej i utrzymywania ograniczonej kontroli ze strony polityków. Wreszcie w dyskursie politycznym tygodnika objawiała się dążność do wykazania odpowiedzialności za odbiorców i poziom ich satysfakcji w kontakcie z publicystyką tygodnika. Troska o czytelnika dotyczyła odbiorcy ukierunkowanego pod względem preferowanych wartości politycznych i predyspozycji intelektualnych. Uwidoczniła się zgodność aksjologiczna nadawców i odbiorców komunikowania politycznego. Publicystów cechowała dążność do ekspozycji jednoznacznych treści politycznych, które nie wymagały dodatkowego argumentowania. Podobnie interpretacja ważnych składników przekazu politycznego nie obligowała do nieustającego tłumaczenia, niekiedy interpretator korzystał ze słów kluczy, wiedząc, że będą zrozumiałe dla odbiorców.

Publicystyka *ex definitione* była nacechowana emocjonalnie, pełna wyrazistych składników perswadowania politycznego. Delimitatory mające na celu nawiązanie kontaktu z odbiorcą nabierały walorów emotywnego dialogu z czytelnikiem, oczywiście dialogu tworzącego jednokierunkowe relacje nadawczo-odbiorcze: od publicysty do odbiorcy. Publicyści zabiegali o ustalenie relacji z odbiorcą na zasadzie wspólnoty doświadczeń[20]. Stosowali zabiegi służące zmniejszeniu dystansu, prowadzili do fraternizacji (familiarności) kontaktu, do nich należało inicjowanie relacji dialogu oraz aktywizowanie uwagi odbiorcy[21]. Docelowo pojawiała się zachęta czytelników do konstruktywnych działań wyborczych, szczególnie w okresie kampanii parlamentarnych, kiedy zabiegano o elektorat dla wybranego ugrupowania politycznego.

Nadmieniono już wcześniej, że twórcy tekstów mieli świadomość występowania gatunkowej zachowawczości. Zgodnie z tradycją prasową artykuły wstępne, umieszczone w czołówce czasopisma, przygotowywał redaktor naczelny. Miały charakter komentatorski, odnosząc się do spraw aktualnych o charakterze prowokującym do dyskusji. Wśród przykładowych zagadnień można wymienić kwestię oceny planów wprowadzenia Polski do strefy jednolitej waluty europejskiej

[20] *Jak wielu innych ludzi, staliśmy się świadkami uroczystości upamiętniających 60. rocznicę wyzwolenia KL Auschwitz-Birkenau*, J. Bartyzel, *Przeciwko selektywnej „pamięci"*, MP 20.02.2005, nr 8, s. 13.

[21] Stosowano nawiązania do informacji znanych czytelnikowi z wcześniejszych przekazów: *Pisaliśmy już o konferencji naukowej…*, (ej), *Prawda o UPA*, MP 27.02.2005, nr 9, s. 11; M. Giertych, *PRL to też Polska*, MP 1.07.2007, nr 6, s. 4; T. Szczepański, *Antyfaszyzm uliczny redivivus*, NMP 27.04.2003, nr 17, s. 5.

(*Nie chcemy euro*) bądź sprawę przeprowadzenia lustracji osób pełniących funkcje publiczne (*Powrót „teczek”*)[22]. Tekst był krótki, jednoszpaltowy, zawierał jednoznaczne i subiektywne stanowisko szefa redakcji. Natomiast funkcję rozwiniętego artykułu wstępnego wypełniał analityczny materiał przygotowany przez doświadczonego publicystę (np. Z. Lipińskiego). Tego typu tekst dotyczył spraw bieżących z wykorzystaniem skojarzeń historycznych. Cechowała go dwudzielna struktura. Część pierwsza była drukowana na tytułowej stronie tygodnika i towarzyszył jej perytekst w postaci fotografii, natomiast część druga znajdowała się w głębi numeru, na ogół na stronicy szóstej. Wstępniaki zachowywały zgodność formatu, stylu wypowiedzi, używania zaimka osobowego, wierności układu materiału w konkretnym numerze tygodnika. Na stronicy pierwszej nagłówek miał postać atrakcyjną, z dynamicznym przesłaniem, niekiedy w formie zdania pytającego (*Czy Pawlak uratuje PSL?*), natomiast tekst w głębi numeru był okraszony raczej statycznym nagłówkiem (*Zmiana warty na Grzybowskiej*), zawierającym rzeczowy przekaz[23]. Sumarycznie uwidoczniona spójność semantyczna i pragmatyczna sprzyjała wytworzeniu i podtrzymaniu relacji z czytelnikami.

Publicyści część swoich tekstów celowo opatrywali konkretnym nazewnictwem gatunkowym, by nie było wątpliwości, że do czytelników kierują rzeczowy przekaz. Kategoryzowali wypowiedzi, uruchamiając model funkcjonowania publicystyki ujętej w ramy konkretnego gatunku. Zabieg był użyteczny w sytuacji, gdy materiał dziennikarski nie zawierał szczególnych cech identyfikacyjnych. Przykład dał A. Koniuszewski, autor tekstów publikowanych w rubryce „Myśl Polityczna”. Jeden z utworów zatytułował *Felieton ironiczny*, w nagłówku stosując auktorialny operator kategoryzujący. Tematem uczynił zjawisko dezideologizacji współczesnego życia politycznego, a osią zainteresowania autorskiego była kwestia objawiania się mądrości w warunkach deficytu myślenia. Zdaniem publicysty doszło do zagubienia wartości politycznych, do narastania skutków istnienia myślenia schyłkowego i dekadenckiego. Zwracał on uwagę na relatywizm moralny oraz nadmiarowość informacji, które sprawiły, że *mądrość została wyparta, a jej miejsce zajęło mędrkowanie*[24]. Tekst – poza nagłówkiem – nie miał gatunkowych cech felietonu, był raczej prasowym wypowiedzeniem o konkretnej sprawie okołopolitycznej.

Ilustrację wspomnianej świadomości gatunkowej publicystyki prasowej stanowiły materiały nawiązujące do historii prasy Narodowej Demokracji. Maciej

[22] J. Engelgard, *Nie chcemy euro*, MP 13.02.205, nr 7, s. 1; idem, *Powrót „teczek”*, MP 23.01.2005, nr 4, s. 1.

[23] Z. Lipiński, *Czy Pawlak uratuje PSL?*, MP 13.02.2005, nr 7, s. 1; idem, *Zmiana warty na Grzybowskiej*, MP 13.02.2005, nr 7, s. 6.

[24] A. Koniuszewski, *Felieton ironiczny*, *op. cit.*, s. 19.

Eckardt przywołał dorobek „mistrza pamfletu" Adolfa Nowaczyńskiego z czasów „Myśli Narodowej". Wspomnienie przeszłości pozwalało zwrócić uwagę czytelników na tradycję czasopiśmiennictwa narodowodemokratycznego, na sposób uprawiania polemiki politycznej, na dopuszczalne komponenty sporu z rywalami na gruncie różnic ideologicznych. Maciej Eckardt przypominał walory pisarskie publicysty, który *był mistrzem napaści prasowych, jakże innych, niż dzisiejsze, tabloidowe*[25]. Podkreślał, że Nowaczyński łączył napastliwość z błyskotliwym traktowaniem obiektów krytyki. Potrafił powiązać wiedzę ogólną z zagadnieniami konkretnymi, wykazując się zmysłem wnikliwej obserwacji spraw społecznych i politycznych. Odnosił się do systemu rządów w Polsce, oceniał obóz sanacji politycznej, a *jego pamflety, będące świadectwem czasów, w których przyszło mu żyć, weszły na trwałe do kanonu tego gatunku*[26].

Jeszcze jednym przykładem wspomnianej samoświadomości gatunków publicystycznych w „Myśli Polskiej" był tekst Ireneusza T. Lisiaka *„Listy otwarte", czyli zabieganie o elektorat*. Publicysta, doceniając wartość tego typu formy kontaktu z odbiorcami, krytykował nadużywanie go w warunkach braku autorytetów politycznych. Kanwą rozważań były listy otwarte autorstwa Władysława Frasyniuka, Jerzego Hausera, Tadeusza Mazowieckiego, Janusza Steinhofa oraz Lecha Wałęsy. Dezaprobował polityczną wymowę tych listów, wyrażał zastrzeżenia do ich sygnatariuszy, członków partii politycznych o charakterze anarodowym, nihilistycznym. Autorów nazwał członkami *lumpenelity*, dowodząc, że spełnili negatywną rolę w Polsce współczesnej[27].

Zachowawcze gatunki użytkowe sprawiały, że wzrastała wiarygodność czasopisma. Nadawca był zaangażowany, ustalał relacje z czytelnikami, tworząc wspólnotę emocji, wrażeń, doznań estetycznych. Postępował zgodnie z paktem dzięki stosowaniu znanych obu stronom środków oddziaływania komunikacyjnego. W pewnym stopniu tworzony był spetryfikowany zestaw tradycyjnych przekazów publicystycznych. Natomiast zawartość tekstów prasowych dawała poczucie, że uczestnicy dyskursu realizowali funkcję rzetelnych strażników narodowego legatu politycznego.

Umiarkowana innowacyjność gatunkowa

Innowacja oznaczała nieznaczne i powściągliwe przekraczanie konwencjonalnych, genologicznych, sylwicznych ograniczeń bez chęci tworzenia hybryd ga-

[25] M. Eckardt, *Mistrz pamfletu*, MP 1.07.2007, nr 26, s. 19.
[26] *Ibidem*.
[27] I. T. Lisiak, *„Listy otwarte", czyli zabieganie o elektorat*, MP 13.03.2005, nr 11, s. 4.

tunkowych i stosowania form otwartych. Poświadczała istnienie gotowości redakcji „Myśli Polskiej” i „Nowej Myśli Polskiej” do aprobowania zmian ewolucyjnych, związanych z ogólnymi modyfikacjami genologicznymi dokonywanymi we współczesnej publicystyce i konstatowanymi przez znawców problematyki badania rodzajów i gatunków literackich oraz ich odmian[28]. Jednak jej ograniczony wymiar oznaczał, że autorzy tekstów drukowanych w tygodniku raczej w niewielkim stopniu skupiali uwagę na prądach literacko-publicystycznych, na nurtach czy manierach pisarskich, choć śledzili trendy pisarstwa dziennikarskiego uwidocznione w twórczości prasowej głównego nurtu. Choć, jak już wcześniej wspomniano, mieli świadomość istnienia gatunków i dbali o ich „czystość”, jednakże nie wykazywali chęci do analizowania zjawiska dyfuzji czy osmozy genologicznej.

W tygodniku uwidoczniły się egzemplifikacje gatunków funkcjonujących na pograniczu beletrystyki i twórczości publicystycznej. Pograniczny charakter miały teksty, w których obecne były relacje literackie i paraliterackie. Praktyczne odzwierciedlenie miało zjawisko przenikania form gatunkowych, ale z zastrzeżeniem, że publicystyka – bardziej niż literatura piękna – bazować musi na tematyce niefikcjonalnej, realistycznej, z gotowością do lustrzanego odzwierciedlania rzeczywistości społecznej. Warto też wspomnieć, że gatunki hybrydyczne nie dają się łatwo sklasyfikować, a brak elementów definicyjnych sprawia, że niełatwo jest im wyznaczyć miejsce w linearnych porządku, którego początek tworzy „informacja”, a koniec „opinia”[29]. Z tego powodu ich realizacja w publicystyce „Myśli Polskiej” i „Nowej Myśli Polskiej” była niezbyt zróżnicowana pod względem podmiotowym (konkretna liczba autorów) oraz przedmiotowym (tematyka).

Egzemplifikację dały felietony i listy, w których ujawniły się dążności do łączenia tradycji z innowacyjnymi elementami współczesnych gatunków prasowych i literackich. Trzeba przy tym zaznaczyć, że klasyczna konwencja narracyjna podlegała nieznacznym jedynie modyfikacjom[30]. Felietonistyka „Myśli Polskiej” zachowała porządek gatunkowy, a więc felietony ukazywały się cyklicznie, były usytuowane w tym samym miejscu (rubryka, kącik prasowy), miały ujednolicony

[28] Znawca problematyki zauważył: „Kiedy patrzę na problematykę genologiczną z dzisiejszej perspektywy nabieram pewności, że nie tylko ona się nie przeżyła, stała zabytkiem, przeszła w sferę literaturoznawczych oczywistości czy wręcz banałów, ale że pojawiły się jej nowe konteksty i nowe możliwości”, M. Głowiński, *O gatunkach literackich – po latach*, [w:] *Tradycja i przyszłość genologii*, red. D. Kulesza, Wydawnictwo Uniwersytetu w Białymstoku, Białystok 2013, s. 22.

[29] Gatunki mogą zbliżać się do siebie, a nawet „zachodzić na siebie częściowo i w efekcie ewoluować”, H. Grzmil-Tylutki, *op. cit*., s. 61.

[30] Felieton „dopuszcza dużą swobodę twórcy, który jest praktycznie suwerenny w swych decyzjach odnoszących się do wyboru kształtu wypowiedzi”, M. Wojtak, *Rozłożone gazety*…, *op. cit.*, s. 51.

nadtytuł, przy zmienności tytułów poszczególnych segmentów tekstowych w konkretnych numerach czasopisma[31].

Obok felietonów „poważnych", nacechowanych odniesieniami do faktów, osób oraz zjawisk politycznych i religijnych, istniała felietonistyka rozrywkowa, w której dały o sobie znać wpływy dorobku Stefana Wiecheckiego. Dotyczyły one głównie stylizacji językowej z wykorzystaniem warszawskiej gwary. Typowy przykład stanowił cykl felietonów *Rozmówki warszawskie*, w których zawarte były dialogi między autorem i Panem Bonifacym, przedstawicielem warszawskiej opinii publicznej. W tekstach występowały słowa imitujące gwarę o cechach przedwojennego slangu warszawskiego, takie jak: *szwagroszczak*, *jadaczka*, *obsztorcować*, *ukulturalnić*, *wytarabanić* (zamiast *wyrzucić*), *leraks* (zamiast *relaks*), *trzymać dyjete* (zamiast *dietę*), *spałaszować schaboszczaka*, *z cebulkom, z kapustom i z grzybkamy*, *słyszym prawidłowe łacine podwórkowe*, *przebywać w takiem towarzystwie*. O żonie: *moja ślubna*, *moja bogini*, *moje zaobrączkowane szczęście*, *połowica*[32]. Autor stworzył partnera plebejskiego, reprezentującego zdroworozsądkową publiczność miejską.

Felietony o cechach rozrywkowych miały strukturę gawędową, a więc zachowały konwencję gatunkową prozy ludowej. Charakteryzowały się luźną kompozycją, powtórzeniami, prywatną tonacją wypowiedzi obydwu uczestników rozmówek warszawskich. Protagoniści wypełniali konkretne role publicystyczne. Autor był podmiotem sprawczym, który inicjował dialog. Używał języka poprawności gramatycznej i stylistycznej, starał się ponadto mieścić w kanonie *political correctness*. Jego intencje były czytelne, ponieważ występował jako odbiorca wypowiedzi Pana Bonifacego, unikając komentowania słów interlokutora, co najwyżej stawiając pytania, które dopełniały treści wywodu głównego. Z kolei riposty Pana Bonifacego zawierały intencje czytelne dla odbiorcy. Wypowiadał się o konkretnych kwestiach społecznych bądź politycznych, nie ukrywając emocji i nie zamierzając kamuflować przekonań politycznych odległych od reguł poprawnościowych. Nie taił niechęci do klasy politycznej, widząc w jej szeregach deprawatorów (*tyfusowaty* Jerzy Urban) i arogantów o jednoznacznej opinii moralnej (pod figurami *Bolek Chełpliwy i Olek Zdradliwy* umieścił postaci dwóch prezydentów Trzeciej Rzeczypospolitej). Wypowiedzi miały postać prostych rymowanek: *Bolek Chełpliwy i Olek Zdradliwy, teraz się apiać dogadujom, bo jeszcze dla siebie szansy poszukujom. Od „okrąglaka" zawsze więcej*

[31] Znawcy problemu zaliczają felieton do literatury użytkowej, „bowiem jest to rodzaj tekstu, który nie może istnieć bez odniesienia do rzeczywistości pozajęzykowej", P. Potrykus-Woźniak, *Felieton*, [w:] eadem, *Słownik nowych gatunków i zjawisk literackich*, Wydawnictwo Szkolne PWN, Warszawa–Bielsko-Biała 2011, s. 58; M. Wojtak, *Analiza…*, *op. cit.*, s. 109 i nast.

[32] Warsz., *Kultura w Ciechocinku*, MP 23.01.2005, nr 4, s. 20.

ich łączyło niż dzieliło[33]. Język Pana Bonifacego, pełen zwrotów potocznych, był ewenementem na tle języka odzwierciedlonego na łamach tygodnika. Jedynie w jego perorach mogły znaleźć się słowa obraźliwe, na granicy grubiańskości, z niewątpliwą gotowością do wykorzystywania neologizmów o cechach zbieżnych ze słowami slangowymi[34]. Pomieszanie leksyki środowiskowej z leksyką erudycyjną służyło wzmożeniu komizmu wypowiedzi i zwiększeniu siły przekazu politycznego.

Obaj bohaterowie cyklu felietonów mieli pewną wiedzę o sobie wzajemnie. Była ona na tyle istotna, że wystarczała do wytworzenia korelacji charakterystycznych dla bardziej zażyłych znajomych, którzy mieli za sobą pewien bagaż wspólnych przeżyć czy wrażeń. Zarazem czytelnik otrzymywał dwie figury skontrastowane pod względem doboru słownictwa, stylistyki wypowiedzi, argumentacji. Współuczestnicy rozmówek warszawskich budowali więź opartą na wzajemnym poszanowaniu człowieka wykształconego (autor) oraz człowieka prostego (Pan Bonifacy), funkcjonującego bez wiedzy podręcznikowej, ale w zamian posługującego się klarownym systemem wartości, opartym na dychotomicznym podziale świata na „dobro” i „zło”. Ich zestaw w tekście felietonowym pozwalał na ustalenie zsemiotyzowanych relacji podmiotowych, kontekstowych, funkcjonalnych.

Wzorzec gatunkowy listu stosowany w prasie może mieć postać listu do redakcji (cyklicznego lub jednorazowego) oraz wspomnianego już listu otwartego, krytycznie ocenionego przez publicystę, są też wstępniaki jako listy do czytelników. W tygodniku „Myśl Polska” i „Nowa Myśl Polska” listy cykliczne przybrały postać rubryki. Konwencja epistolarna dawała sposobność do łączenia gatunków publicystycznych i literackich w jednym utworze prasowym. Przykładem synkretyzmu gatunkowego były *Listy Pani Lusi*. Ich autorka Lusia Ogińska opublikowała książki dla dzieci, zajmowała się też malarstwem, w tym tworzyła ilustracje do własnej twórczości poetyckiej i dramaturgicznej[35]. List jako gatunek stanowi konkretny makroakt językowy wyposażony w formalne komponenty, jak data, miejsce akcji, zwroty adresatywne, korpus, formuły pożegnalne, podpis. Wspomniane *Listy Pani Lusi* zawierały elementy konstytutywne właściwe dla epistolografii potocznej. Po pierwsze, była tytulatura inwokacyjna ze zwrotem adresatywnym

[33] Warsz., *Mafia działa*, MP 24.01.2005, nr 17, s. 20. Pojęcie *okrąglak* oznaczało Okrągły Stół, a więc wydarzenie z 1989 roku polegające na porozumieniu między ośrodkiem rządowym a kręgami opozycji solidarnościowej.

[34] O redaktorze periodyku „Nie” padały stwierdzenia: *Szura do nasz od lat ten protagent komunardów w swojem kurwarze, ścierwoniaku, szmatławcu*, Warsz., *Urban z torbami*, MP 13.02. 2005, nr 7, s. 20.

[35] Lusia Ogińska stała się szczególnie znana po adaptacji przez Bohdana Porębę dramatu narodowego jej autorstwa pt. *Zmartwychwstanie*. Prapremiera miała miejsce 31 maja 2005 roku w warszawskiej Sali Kongresowej podczas kongresu Samoobrony RP.

(*Szanowny Panie Redaktorze*). Po drugie, wyróżniała się część właściwa (korpus) z segmentem zawierającym przedłożoną kwestię, która interesowała autorkę. Człon główny był dwuakapitowy i zawierał jednowątkową wypowiedź zogniskowaną wokół wybranego tematu. Po trzecie, wyodrębniała się część zawierająca pozdrowienia końcowe (*Pozdrawiam Pana*).

Korespondencje L. Ogińskiej miały dwuelementową strukturę. W pierwszym fragmencie zawierały spostrzeżenia na tematy bieżące, na ogół były to refleksje o sprawach religijnych, moralnych, czasem estetycznych. W części drugiej autorka zamieszczała krótkie utwory liryczne. Formalnie apolityczne korespondencje zawierały jednoznaczne akcenty partyjne o wyraźnie wyartykułowanej więzi strukturalnej. Przykładem tego rodzaju twórczości był list zamieszczony w numerze majowo-czerwcowym 2005 roku. Motyw przewodni listu stanowiły relacje między Polską a Unią Europejską. Autorka krytycznie wypowiadała się o domniemanym uzależnieniu Polski od polityki UE, przewidywała możliwość utraty suwerenności przez państwo polskie, zarazem wskazywała na liczne przykłady dysfunkcji systemu unijnego. Jej sceptycyzm wynikał z odniesień do stanu „polityki brukselskiej", ale też do kondycji polskości. W treści korespondencji znalazły się negatywne uwagi o charakterze narodowym Polaków. Lusia Ogińska pisała o tym, że *większość Polaków to takie duże, małe dzieci, którym rozkazywać trzeba, a nawet do kąta stawiać*[36]. Wypowiadała się o polskiej naiwności, o *zwiotczałej narodowej immunologii*, o krótkowzroczności polityki prounijnej czy braku rozeznania Polaków w sprawach ogólnonarodowych. List kończyła uwaga o uczestnikach życia politycznego w Polsce z wyraźnym wskazaniem sympatii politycznych nadawczyni korespondencji. Znalazła się tam charakterystyka lidera Ligi Polskich Rodzin Romana Giertycha: *za młody jest, żeby ubabrać go w dawny system, a za mądry, żeby wplątać się w nowy*. Jednak, żeby czytelnik nie miał wątpliwości kogo korespondentka najbardziej ceni, w końcowym fragmencie listu znalazła się wzmianka, że partia Giertycha była *obok partii Samoobrony jedyną, która może dać Polsce choćby nadzieję. Dobre choć to… Dobre choć to… Prawda, Panie Redaktorze*.

W drugiej części listu znajdował się czterozwrotkowy wiersz *Kot*, datowany na 17 grudnia 1999 roku. Zasadą organizacyjną treści utworu był paralelizm kompozycyjny. Nieparzyste zwrotki zawierały informację o tytułowym zwierzęciu, jego zachowaniu, ale też o domniemanych przez autorkę wyobrażeniach o kocim świecie (*mój kot zamruczał mi do ucha,/ że słońce grzeje bardzo miło,/ że lubi śpiewu ptasząt słuchać,/ że mu się ciepłe mleczko śniło…*). Zwrotki parzyste odnosiły się do sytuacji w Polsce ocenianej przez pryzmat wspomnianych powyżej wad

[36] *Listy Pani Lusi*, MP 29.05–5.06.2005, nr 22–23, s. 7.

narodowych Polaków. Autorka pisała o Polsce skołtunionej, czyli pozbawionej zmysłu moralnego, w warunkach braku odpowiedzialności za sprawy ogólnonarodowe. Wyrażała żal z powodu obojętności Polaków w stosunku do zagadnień żywotnych dla przyszłości państwa. Wiersz kończył się konkluzją: *Nie mam pretensji, mój futrzaku,/ ty przecież kocią ścieżką chodzisz…/ Nie dziwię się, bo i… Polaków,/ Polska tak mało dziś obchodzi*[37]. Wypada w tym miejscu powtórzyć, że kompozycja utworu, który był złożony z fragmentu napisanego prozą oraz tekstu poetyckiego, odbiegała od standardowego kształtu listu, natomiast monotematyczność obydwu części tekstu wzmacniała atrakcyjność przekazu prasowego przeznaczonego dla czytelnika zorientowanego ideologicznie.

Przytoczona powyżej umiarkowanie adaptacyjna formuła konwencji felietonowej oraz epistolarnej pozwalała poszerzać ofertę publicystyczną tygodnika, zwiększała możliwości uszczegółowienia tematyki czasopisma. W niektórych formach publicystycznych „Myśli Polskiej” wystąpiły transformacje tekstowe uobecnione w różnych gatunkowo materiałach publicystycznych. Cytaty na ogół służyły wzmocnieniu wymowy tezy głównej zawartej w artykule, recenzji czy komentarzu. Były włączone do tekstu lub tworzyły parafrazy. Niektóre wypowiedzi przywołane *in extenso* pozwalały publicyście na powiązanie elementów wiedzy źródłowej z czynnościami interpretatorskimi[38].

Uwagi końcowe

W tygodniku „Myśl Polska” i „Nowa Myśl Polska” uwidoczniła się prawidłowość w postaci istnienia zbioru tekstów (komunikatów) układających się w stabilny, monolityczny jednogłos ideowy. Utrzymaniu rytmu pracy redakcyjnej towarzyszyła konkretna wiedza o tym, kto jest autorem tekstu, jakie ma kompetencje komunikacyjne, gdzie zdobywał doświadczenie publikacyjne. Przy ocenie „parametru podmiotowego” zwracano uwagę na predyspozycje do starannego sporządzania materiałów do druku. Można było zauważyć ujawnianie się samowiedzy publicystów, którzy stosowali kryteria heterogeniczne, ustalając treść (historyczną, współczesną), wprowadzając właściwą organizację strukturalną utworu prasowego, określając sposób wersyfikacji. Szanowano tradycję,

[37] L. Ogińska, *Kot*, MP 29.05–5.06.2005, nr 22–23, s. 7.

[38] B. Grabowski, *Nie mogę dłużej milczeć*, MP 6.02.2005, nr 6, s. 5. Autor dokonał identyfikacji gatunkowej (*Do napisania listu ośmieliła mnie…*), jednak tekst nie zawierał cech typowych dla epistolografii. Redakcja tygodnika umieściła go w rubryce „Dokumenty”, wskazując na źródłowy charakter wypowiedzi, w której znalazły się liczne cytaty i komentarze do materiałów kościelnych, w tym do Dokumentu II Polskiego Synodu Plenarnego (1991–1999).

doceniając funkcję wiązania XX-wiecznej publicystyki Narodowej Demokracji z piśmiennictwem współczesnym.

Usytuowanie tradycyjnych gatunków prasowych we współczesnej mediosferze w wypadku tygodnika „Myśl Polska" i „Nowa Myśl Polska" wiązało się z zachowaniem niezmiennych cech strukturalnych i terminologicznych zgodnych z typem dyskursu politycznego. Prasa narodowa miała dorobek gatunkowo-formatowy. Na ogół skutecznie unikała wytwarzania przestrzeni amorficznej, utrzymując rygory konwencji gatunkowości, a nie „bezgatunkowości". Stosowano rozpoznawalną przez czytelników konwencję piśmienniczą. W treści publicystycznej utrzymywany był poważny ton analityczny, niekiedy z domieszką dydaktyzmu. W nielicznych jedynie wypadkach zdarzały się intertekstualne gry w relacji nadawca–odbiorca dla wsparcia wymowy tekstu. Utwory o konstytutywnych cechach gatunkowych służyły realizacji celów mediów masowych, takich jak informowanie o wydarzeniach, ale też wykonywaniu zadań mediów środowiskowych – jak interpretowanie wybranych zjawisk politycznych, inspirowanie debat publicznych, transmitowanie najważniejszych składników narodowego dyskursu. Zachowawczość stanowiła obowiązek wobec odbiorców konserwatywnych w wymiarze ideologicznym i pragmatycznym. Zjawisko współwystępowania gatunków tradycyjnych z umiarkowanie nowatorskimi oznaczało, że ujawniała się gotowość redakcji „Myśli Polskiej" i „Nowej Myśli Polskiej" do wdrażania procedury korygowania klasycznych form pisarstwa dziennikarskiego.

Bibliografia

Źródła

Publicystyka w tygodniku „Myśl Polska" i „Nowa Myśl Polska"

Bartyzel J., *Oskarżam!*, „Myśl Polska" 30.04–7.05.2006, nr 18–19.
Bartyzel J., *Przeciwko selektywnej „pamięci"*, „Myśl Polska" 20.02.2005, nr 8.
Bogucka A., *Powstało Koło MW w Sulejówku*, „Myśl Polska" 30.11.2005, nr 44.
Cios B., *Czy polskość jest chorobą?*, „Nowa Myśl Polska" 23.03.2003, nr 12.
Eckardt M., *Mistrz pamfletu*, „Myśl Polska" 1.07.2007, nr 26.
(ej), *Prawda o UPA*, „Myśl Polska" 27.02.2005, nr 9
Engelgard J., *Nie chcemy euro*, „Myśl Polska" 13.02.205, nr 7.
Engelgard J., *Powrót „teczek"*, „Myśl Polska" 23.01.2005, nr 4.
Engelgard J., *Tendencyjnie o Rosji i Putinie*, „Myśl Polska" 30.10.2005, nr 44.
Giertych M., *PRL to też Polska*, „Myśl Polska" 1.07.2007, nr 6.
Grabowski B., *Nie mogę dłużej milczeć*, „Myśl Polska" 6.02.2005, nr 6.
Horodecki A. J., *Strzeż się Polsko*, „Myśl Polska" 24.04.2005, nr 17.
Koniuszewski A., *Felieton ironiczny*, „Myśl Polska" 13.02.2005, nr 7.

Koniuszewski A., *Międzymorze? A co to jest?*, „Myśl Polska” 13–20.03.2016, nr 11–12.
Lipiński Z., *Czy Pawlak uratuje PSL?*, „Myśl Polska” 13.02.2005, nr 7.
Lipiński Z., *Zmiana warty na Grzybowskiej*, „Myśl Polska” 13.02.2005, nr 7.
Lisiak I. T., *„Listy otwarte”, czyli zabieganie o elektorat*, „Myśl Polska” 13.03.2005, nr 11.
Listy Pani Lusi, „Myśl Polska” 29.05–5.06.2005, nr 22–23.
Mażewski L., *Mniejsze zło*, „Myśl Polska” 30.10.2005, nr 44.
Motas M., *„Myśl Polska” – najstarszy tygodnik narodowy*, „Myśl Polska” 13–20.03.2016, nr 11–12.
Nowak M., *Tołstoj o niedojrzałości*, „Nowa Myśl Polska” 21.04.2002, nr 16.
Ogińska L., *Kot*, „Myśl Polska” 29.05–5.06.2005, nr 22–23.
Szczepański T., *Antyfaszyzm uliczny redivivus*, „Nowa Myśl Polska” 27.04.2003, nr 17.
Warsz., *Kultura w Ciechocinku*, „Myśl Polska” 23.01.2005, nr 4.
Warsz., *Mafia działa*, „Myśl Polska” 24.01.2005, nr 17.
Warsz., *Urban z torbami*, „Myśl Polska” 13.02.2005, nr 7.
Wykorzystać szansę! – z Radosławem Pardą, Prezesem Rady Naczelnej Młodzieży Wszechpolskiej, rozmawia Bogusław Sobczak, „Nowa Myśl Polska” 21.03.2004, nr 12.

Opracowania

Monografie

Grzmil-Tylutki H., *Gatunek w świetle francuskiej teorii dyskursu*, Towarzystwo Autorów i Wydawców Prac Naukowych „Universitas”, Kraków 2007.
Koniuszewski A., *Meandry geopolityki. Wpływ gry mocarstw na położenie Polski*, Wydawnictwo Prasy Lokalnej, Warszawa 2012.
Motas M., *Od Dmowskiego do Giertycha. Szkice z dziejów obozu narodowego*, Wydawnictwo Prasy Lokalnej, Warszawa 2012.
Pietrzak M., *Wyznaczniki gatunkowe felietonu drugiej połowy XIX wieku na przykładzie tekstów Henryka Sienkiewicza, Bolesława Prusa i Aleksandra Świętochowskiego*, Wydawnictwo UŁ, Łódź 2013.
Wasiutyński W., *Dzieła wybrane*, t. 1, oprac. W. Turek, Wydawmictwo EXTER, Gdańsk 1999.
Wojtak M., *Analiza gatunków prasowych. Podręcznik dla studentów dziennikarstwa i kierunków pokrewnych*, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2008.
Wojtak M., *Głosy z teraźniejszości. O języku współczesnej polskiej prasy*, Wydawnictwo WSPA, Lublin 2010.
Wojtak M., *Rozłożone gazety. Studia z zakresu prasowego dyskursu, języka i stylu*, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2015.

Opracowania zbiorowe

Media w kampaniach wyborczych, red. W. Furman, P. Kuca, D. Szczepański, Wydawnictwo UR, Rzeszów 2016.

„Myśl Polska" na emigracji 1941–1976. Antologia tekstów, oprac. W. Turek, M. Urbanowski, Wydawnictwo ARCANA, Kraków 2005.
Obraz współczesnej Ukrainy w mediach w Polsce, red. I. Hofman, J. Maguś, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2014.
Potrykus-Woźniak P., *Słownik nowych gatunków i zjawisk literackich*, Wydawnictwo Szkolne PWN, Warszawa–Bielsko-Biała 2011.
Prasa Narodowej Demokracji, t. 3: *Publicyści*, red. E. Maj, A. Dawidowicz, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2012.
Prasa Narodowej Demokracji, t. 4: *Prasa lokalna, regionalna, środowiskowa*, red. E. Maj, A. Dawidowicz, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2013.
Tradycja i przyszłość genologii, red. D. Kulesza, Wydawnictwo Uniwersytetu w Białymstoku, Białystok 2013.
Współczesne media. Medialny obraz świata, t. 2: *Studium przypadku*, red. I. Hofman, D. Kępa-Figura, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2015.
Współczesne media. Status, aksjologia, funkcjonowanie, t. 2, red. I. Hofman, D. Kępa-Figura, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2009.

Artykuły w opracowaniach zbiorowych

Głowiński M., *O gatunkach literackich – po latach*, [w:] *Tradycja i przyszłość genologii*, red. D. Kulesza, Wydawnictwo Uniwersytetu w Białymstoku, Białystok 2013.
Maj E., *Ekskluzywny, elitarny, wyjątkowy, czyli obraz narodu w prasie neoendeckiej*, [w:] *Współczesne media. Medialny obraz świata*, t. 2: *Studium przypadku*, red. I. Hofman, D. Kępa-Figura, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2015.
Maj E., *Prasa niszowa wobec wyborów parlamentarnych w Polsce: przypadek periodyków neoendeckich*, [w:] *Media w kampaniach wyborczych*, red. W. Furman, P. Kuca, D. Szczepański, Wydawnictwo UR, Rzeszów 2016.
Maj E., *Prasa w procesie komunikowania politycznego na przykładzie tygodnika „Myśl Polska" w latach 2001–2005*, [w:] *Współczesne media. Status, aksjologia, funkcjonowanie*, t. 2, red. I. Hofman, D. Kępa-Figura, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2009.
Maj E., *Publicystyka polityczna tygodnika „Myśl Polska" i „Nowa Myśl Polska" wobec Ukrainy i Ukraińców*, [w:] *Obraz współczesnej Ukrainy w mediach w Polsce*, red. I. Hofman, J. Maguś, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2014.
Potrykus-Woźniak P., *Felieton*, [w:] P. Potrykus-Woźniak, *Słownik nowych gatunków i zjawisk literackich*, Wydawnictwo Szkolne PWN, Warszawa–Bielsko-Biała 2011.
Turek W., *„Myśl Polska" na emigracji*, [w:] *„Myśl Polska" na emigracji 1941–1976. Antologia tekstów*, oprac. W. Turek, M. Urbanowski, Wydawnictwo ARCANA, Kraków 2005.

Anna Szwed-Walczak
Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej

PUBLICYSTYKA WE WSPÓŁCZESNEJ PRASIE POLITYCZNEJ NA PRZYKŁADZIE TYGODNIKA „MYŚL POLSKA"

Uwagi wstępne

Jak zauważył Zygmunt Bauer, 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"[1]. Publicystyka polityczna ulega zmianie wraz ze zmieniającym się modelem dziennikarstwa, kulturą polityczną oraz technologią. Według Marii Wojtak niewielkim zmianom podlega jednak sama struktura gatunków i cele komunikacyjne. W dalszym ciągu celem publicystyki jest interpretacja zdarzeń zarówno aktualnych, jak i historycznych, a także przekonanie czytelników do autorskiej interpretacji. Poszczególne gatunki mają również za zadanie agitować, krytykować lub po prostu bawić. Zdaniem autorki zmieniła się zaś postawa publicystów względem zasady poszanowania granicy pomiędzy powiadamianiem a interpretowaniem[2]. Publicystyka umożliwia przekazywanie nie tylko myśli, ale także emocji i tym samym wpływanie na odbiorcę. Zygmunt Bauer zauważył, że można wyróżnić styl pisarstwa określany mianem *publicystyczny*. Stanowi on konglomerat stylu potocznego, naukowego i artystycznego. Jest konkretny i przepełniony emocjami, zarówno bogaty językowo, zawierający figury stylistyczne, jak i precyzyjny, wzmacniany cytatami. Ponadto nastawiony jest na perswazję, a nadmierna subiektywizacja oraz ideologizacja przekazu sprzyja stereotypowości[3].

[1] Z. Bauer, *Publicystyka* [hasło], [w:] *Słownik terminologii medialnej*, red. W. Pisarek, Universitas, Kraków 2006, s. 169.

[2] M. Wojtak, *Współczesnej publicystyki politycznej oblicza różne*, „Poznańskie Studia Polonistyczne", t. 20 (40), z. 2, s. 205–206, https://repozytorium.amu.edu.pl/bitstream/10593/12589/1/18_Wojtak.pdf [dostęp: 20.04.2016].

[3] Z. Bauer, *Gatunki dziennikarskie*, [w:] *Dziennikarstwo i świat mediów*, red. Z. Bauer, E. Chudziński, Universitas, Kraków 2004, s. 162–163.

Wśród gatunków publicystycznych można wymienić za Bauerem: komentarz, artykuł publicystyczny, esej, recenzję, felieton, dyskusję (debatę)[4]. Kazimierz Wolny-Zmorzyński oraz Andrzej Kozieł poza wskazanymi powyżej gatunkami wyszczególnili również: reportaż publicystyczny, dziennik, nekrolog-wspomnienie/pożegnanie, fotoreportaż, fotoesej, fotomontaż, *pictorial*, fotokomiks. Autorzy wyróżnili też gatunki pograniczne łączące gatunki informacyjne z publicystycznymi, między innymi wywiad, dyskusję, list do redakcji[5].

Celem badań było wskazanie, jakimi cechami wyróżniają się teksty prasowe we współczesnej politycznej prasie neoendeckiej[6]. Ważne było także określenie gatunków dominujących w tygodniku „Myśl Polska". Kolejnym celem badawczym było także wskazanie funkcji realizowanych przez gatunki publicystyczne w prasie politycznej, którą można zdefiniować jako prasę mającą na celu ukazanie wydarzeń aktualnych lub historycznych przez pryzmat ideologii, do której periodyk się odwołuje. W związku z tym za istotne uznano badania ilościowe, umożliwiające wskazanie procentowego udziału konkretnych gatunków oraz jakościowe, pozwalające na zbadanie realizacji funkcji publicystyki politycznej.

Objęty badaniami periodyk „Myśl Polska" stanowi sztandarowy tytuł prasy neoendeckiej, która za fundament ideowy uznaje myśl polityczną Romana Dmowskiego, Zygmunta Balickiego oraz Jana Ludwika Popławskiego. Ponadto promuje zasadę wyższości narodu polskiego nad państwem, a także protestuje przeciwko uczestnictwu państwa polskiego w organizacjach ponadnarodowych oraz międzynarodowych[7]. Myśl narodowa ukazuje program realizacji polskiego interesu, formy walki politycznej zgodnej z demokracją zachodnią, przy zastosowaniu społecznej nauki Kościoła katolickiego[8]. Za podstawę tożsamości narodowej Polaków uznaje zaś ich nierozerwalną więź z katolicyzmem oraz Kościołem katolickim.

[4] *Ibidem*, s. 159–162.

[5] K. Wolny-Zmorzyński, A. Kozieł, *Genologia dziennikarska*, „Studia Medioznawcze" 2013, nr 3, Instytut Dziennikarstwa UW, s. 30.

[6] Prasę neoendecką można określić jako zbiór periodyków nawiązujących do ideologii Narodowej Demokracji, odwołujących się do publikacji Romana Dmowskiego, wyznających kanon określonych zhierarchizowanych wartości, jak: katolicyzm jako podstawa trwania narodu, naród – rozumiany jako „rodzina rodzin", państwo narodowe będące najlepszą formą organizacji narodu, cywilizacja łacińska jako wyznacznik trwania Europy. Ważnym kryterium jest także autoidentyfikacja redakcji.

[7] Cz. Maj, E. Maj, *Narodowe ugrupowania polityczne w Polsce 1989–2001*, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2007, s. 8–9.

[8] Zob. E. Maj, *Myśl narodowa i nacjonalistyczna*, [w:] *Myśl polityczna w Polsce po 1989 roku. Wybrane nurty ideowe*, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2008, s. 114.

Cezura czasowa badań objęła okres przedwyborczy od 1 stycznia 2014 roku do 18 maja 2014 roku. Wówczas akces w wyborach do Parlamentu Europejskiego[9] ogłosiła nowa niesformalizowana grupa działaczy narodowych odpowiedzialnych za organizację Marszu Niepodległości, określających się (od 2012) „inicjatywą społeczno-polityczną" Ruch Narodowy[10], a od 2015 roku zarejestrowanego jako partia polityczna Ruch Narodowy.

Dokonano analizy 20 numerów tygodnika „Myśl Polska". Istotne jest, że tygodnik ukazuje się co 2 tygodnie, a każdy numer jest podwójny. Periodyk liczy 20 stron, a jego cena wynosi 4 zł. Istnieje również możliwość prenumeraty rocznej oraz półrocznej. Redakcja poza pismem prowadzi portal internetowy.

Tygodnik „Myśl Polska"

Tygodnik „Myśl Polska" został założony w 1941 roku w Londynie jako organ prasowy Stronnictwa Narodowego na emigracji. Za jego inicjację odpowiadał Władysław Folkierski, który był również pomysłodawcą tytułu[11]. Pierwszym redaktorem naczelnym pisma był Marian Emil Rojek (do 1945). W podtytule pisma zawarto: „Dwutygodnik poświęcony życiu i kulturze Narodu". Tytuł zaś miał nawiązywać do ideotwórczego pisma przedwojennego pod nazwą „Myśl Narodowa". Za cele periodyku uznano „torowanie drogi wśród swoich i sprzymierzonych – jeśli to będzie możliwe – myśli polskiej, związanej z polską historią, tradycją i narodową polityką"[12]. Nadzór nad linią polityczną pisma przejął Tadeusz Bielecki – prezes Stronnictwa Narodowego [dalej: SN – A. S.-W.], który do Londynu przybył w 1941 roku. Zdaniem Pawła Ziętary „Myśl Polska" skupiła się głównie nad propagowaniem idei narodowych oraz tworzeniem nowego ustroju[13].

Pismo na emigracji otrzymywało subwencje z Funduszu Kultury, jednak konflikt SN z rządem Władysława Sikorskiego spowodował wstrzymanie dotacji[14]. W lipcu 1945 roku brytyjskie Ministry of Supply zakończyło przyznawanie Polakom na czas wojny licencji na zakup i zużycie papieru, co było związane z powo-

[9] Wybory do Parlamentu Europejskiego odbyły się 25 maja 2014 roku.

[10] Strona internetowa Ruchu Narodowego, *O nas*, http://ruchnarodowy.org/o-nas [dostęp: 20.04.2016].

[11] Władysław Folkierski był przedwojennym prezesem Rady Naczelnej Stronnictwa Narodowego, zob. J. Engelgard, *Mamy już 65 lat!*, „Myśl Polska" 9–16.04.2006, nr 12, s. 1; W. Turek, *„Myśl Polska" na emigracji*, [w:] *„Myśl Polska" na emigracji 1941–1976. Antologia tekstów*, wybór i oprac. W. Turek, M. Urbanowski, Wydawnictwo Arcana, Kraków 2005, s. 9.

[12] „Myśl Polska" 20.03.1941, nr 1, [w:] *„Myśl Polska" na emigracji…*, *op. cit.*, s. 24–25.

[13] P. Ziętara, *Emigracja wobec Października: postawy polskich środowisk emigracyjnych wobec liberalizacji w PRL w latach 1955–1957*, Wydawnictwo LTW, Warszawa 2001, s. 32.

[14] W. Turek, *op. cit.*, s. 10–11.

łaniem w Warszawie Tymczasowego Rządu Jedności Narodowej, uznanego przez władze brytyjskie za oficjalne władze Polski. Skutkowało to przerwaniem wydawania „Myśli Polskiej" na okres 7 miesięcy. W marcu 1946 roku zmiana przepisów dotyczących zużycia papieru skutkowała wznowieniem „Myśli Polskiej" jako miesięcznika[15].

Pismo wychodziło w Londynie do 1992 roku, kiedy to redakcja została przeniesiona do Warszawy. Nadal na winiecie umieszczano emigracyjny podtytuł „Tygodnik poświęcony życiu i kulturze Narodu". Lokacja redakcji w Polsce była związana z reaktywacją ruchu narodowego w Polsce po transformacji ustrojowej. Dnia 14 kwietnia 1991 roku z inicjatywy emigracyjnych narodowców utworzono w Polsce Stronnictwo Narodowo-Demokratyczne [dalej: SN-D – A. S.-W.]. Na prezesa wybrano Jana Zamoyskiego, lecz funkcję tę sprawował Bogusław Kowalski. Wówczas na kongresie emigracyjnego SN w Londynie (odbył się w dniach 4–6 września 1992) zdecydowano o przekazaniu SN-D majątku emigracyjnego SN oraz ciągłości organizacyjnej przedwojennego SN, a także postanowiono o przeniesieniu redakcji „Myśli Polskiej" do Warszawy[16]. Nadzór wydawniczy nad pismem objęła Fundacja im. Romana Dmowskiego, a okres emigracyjny pisma określano mianem „przymusowego wychodźstwa"[17]. W okresie funkcjonowania periodyku w Polsce można było zaobserwować jego związki ideowe i organizacyjne z następującymi partiami: Stronnictwem Narodowo-Demokratycznym, Stronnictwem Narodowym, Ligą Polskich Rodzin, Młodzieżą Wszechpolską oraz Ruchem Ludowo-Narodowym[18].

Ostatnim redaktorem naczelnym emigracyjnego wydania pisma był Antoni Dargas (redaktor naczelny w latach 1958–1992). W okresie od 1992 roku do 1998 roku funkcję tę pełnił Bogusław Kowalski. Od 1998 roku redakcją pisma kieruje Jan Engelgard, z przerwą od sierpnia 2001 roku do stycznia 2005 roku, kiedy to w wyniku przejęcia pisma (bez wiedzy i zgody członków oraz władz Fundacji Narodowej im. Romana Dmowskiego, która była właścicielem pisma) przez spółkę Ecoprogress dokonano zmiany redaktora naczelnego oraz usunięto ze stopki redakcyjnej Radę Programową. Do czasu rozstrzygnięcia prawnego,

[15] Wojciech Turek zaznaczył, że przejęcie prezesury oraz redakcji „Myśli Polskiej" przez Antoniego Dargasa zmieniło periodyk, w tym także jego linię polityczną. W 1961 roku zmarł Folkierski, natomiast z powodu choroby nie publikował już Berezowski. Po 1976 roku Bielecki opublikował 5 tekstów, zob. W. Turek, *op. cit.*, s. 13–16.

[16] M. J. Chodkiewicz, J. Mysiakowska-Muszyńska, W. J. Muszyński, *Polska dla Polaków! Kim byli i są polscy narodowcy*, Zysk i S-ka Wydawnictwo, Poznań 2015, s. 467.

[17] Wydawnictwo „Myśli Polskiej", *Do naszych Czytelników*, „Myśl Polska" 11.1992, nr 7, s. 1.

[18] E. Maj, *Publicystyka polityczna tygodnika „Myśl Polska" i „Nowa Myśl Polska" wobec Ukrainy i Ukraińców*, [w:] *Obraz współczesnej Ukrainy w mediach w Polsce*, red. I. Hofman, J. Maguś, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2014, s. 14.

„poprzednia redakcja" postanowiła wydawać „Nową Myśl Polską"[19]. Ugoda pomiędzy Fundacją a Ecoprogress ograniczyła tej drugiej prawo do dysponowania tytułem do 30 listopada 2001 roku. Od 1 grudnia 2001 roku nazwa „Myśl Polska" miała powrócić do Fundacji, a funkcję redaktora naczelnego ponownie miał objąć Jan Engelgard[20]. Mimo to, pismo do końca roku 2004 ukazywało się pod tytułem „Nowa Myśl Polska", a jego redakcją kierował Engelgard. W 2005 roku powrócono do nazwy „Myśl Polska"[21].

W jednym z numerów wskazano, że celami periodyku są: walka o zachowanie tożsamości i oblicza narodowego, o zasady chrześcijańskie w życiu prywatnym i publicznym oraz o niezależną politykę polską[22]. Jan Engelgard zwrócił uwagę na fakt, że w Polsce postępował powolny proces rozmywania świadomości narodowej. Był on realizowany na kilku poziomach: propagandowym, edukacyjnym, cywilizacyjnym, prawnym oraz politycznym. W pierwszym poziomie dochodziło do upowszechniania informacji, że w nowoczesnych społeczeństwach nie myśli się kategoriami narodowymi. W ten sposób prezentowano mylną – ponadnarodową wersję historii, która czyniła z Niemców ofiary II wojny światowej, a Polacy byli pokazani jako sprawcy „wypędzeń". Na poziomie edukacyjnym likwidowano wychowanie patriotyczne w szkołach, co uniemożliwiało kształtowanie właściwych postaw wśród młodzieży. Na poziomie cywilizacyjnym propagowano elementy kultury masowej, deprecjonując cywilizację łacińską, do której należy Polska. Na poziomie prawnym i politycznym zaś utrwalano proces rozmywania świadomości narodowej przez zrzeczenie się suwerenności w związku z podporządkowaniem stanowienia prawa organizacji ponadnarodowej – Unii Europejskiej[23]. „Myśl Polska", jako pismo narodowe, postawiła sobie za cel uświadomienie Polakom wszelkich zagrożeń wynikających z utraty podmiotowości w związku z udziałem w organizacjach ponadnarodowych, niebezpieczeństw związanych z położeniem geopolitycznym, ale także z niewłaściwie realizowaną polityką zagraniczną. Redakcja dostrzegała, że wraz z rozmyciem tożsamości narodowej oraz odejściem od cywilizacji łacińskiej następuje proces niszczenia Polski. Podkreślano, że „Polska do zachowania swojej tożsamości, swego suwerennego, bezpiecznego i sensownego istnienia, potrzebuje trwania w cywilizacji łacińskiej"[24]. Za przejaw cywiliza-

[19] Redakcja, *Jesteśmy*, „Nowa Myśl Polska" 9.09.2001, nr 1, s. 1.

[20] B. Kowalski, *Ugoda w sprawie „Myśli Polskiej"*, „Nowa Myśl Polska" 18–25.11.2001, nr 11–12, s. 3.

[21] J. Engelgard, *Na nowy 2005 rok*, „Myśl Polska" 2–9.01.2005, nr 1–2, s. 1.

[22] W. Netter, *Myśli o „Myśli"*, „Myśl Polska" 1–15.07.1993, nr 13, s. 7.

[23] J. Engelgard, *Rozmywanie narodu*, „Myśl Polska" 19.10.1997, nr 42, s. 4.

[24] A. J. Horodecki, *Kiedy prawdziwie Polacy powstaną…*, „Nowa Myśl Polska" 5–12.01.2003, nr 1–2, s. 11.

cji łacińskiej wymieniano: zasady i wartości katolickie, monogamiczną rodzinę, sakramentalne małżeństwo kobiety i mężczyzny[25]. Wskazywano, że również wrogowie Polski przynależą do innych cywilizacji.

Warto zaznaczyć, że środowisko związane z pismem „Myśl Polska" nawiązuje do spuścizny Narodowej Demokracji oraz określa się mianem współczesnego obozu narodowego. Periodyk podejmuje problematykę polityki historycznej, zagranicznej, a także analizę polityki bieżącej. Do „Myśli Polskiej" dodawane są broszury okolicznościowe, związane z rocznicami wydarzeń narodowych, tradycją, kulturą. Za ważną zasadę przyjęto promowanie literatury naukowej oraz popularnonaukowej dotyczącej dziejów ruchu narodowego. Obecne są również dodatki wyborcze wspierające kandydatów z obozu patriotycznego[26].

Według wywiadu udzielonego przez Engelgarda portalowi Prawy.pl 13 lipca 2013 roku pismo sprzedawało się w nakładzie 1500–1700 egzemplarzy. Warto zaznaczyć, że artykuły w nim zamieszczane dostępne były również w wersji elektronicznej na portalu prowadzonym przez redakcję periodyku[27].

Gatunki dziennikarskie w prasie politycznej

Przeważającymi gatunkami dziennikarskimi w prasie politycznej są gatunki publicystyczne. W piśmie „Myśl Polska" w badanym okresie stanowią one 48,77% tekstów, przy 27,24% gatunków informacyjnych, 20,16% gatunków pogranicznych, a także 3,83% gatunków literackich. Gatunki informacyjne w „Myśli Polskiej" pojawiają się głównie w działach: „Aktualności" – rubryki „Minął Tydzień", „Wydarzenia", „Komunikaty". Rubryka „Minął Tydzień" zawiera wyselekcjonowane przez redaktora naczelnego wzmianki – zestaw najważniejszych informacji z dwóch tygodni. Wzmianka jest najmniejszym gatunkiem dziennikarskim, informującym o pojedynczym zdarzeniu[28]. Są one również selekcjonowane zgodnie z tematem przewodnim danego numeru. Głównym kryterium ich doboru oraz publikacji jest linia polityczna pisma. Wzmianki mają wymiar zarówno lokalny,

[25] *Ibidem*.

[26] J. Siewierski, *Obóz Patriotyczny coraz większy*, „Myśl Polska" 20.08.1995, nr 34, s. 1; P. S., *Obóz Patriotyczny – jedną partią*, „Myśl Polska" 7.01.1996, nr 1, s. 3.

[27] Strona internetowa portalu Prawy.pl, G. Lepianka, *Wywiad z Janem Engelgardem: Myśl Polska musi być pismem poważnym*, http://www.prawy.pl/z-kraju/53-wywiady10/3566-jan-engelgard-mysl-polska-musi-byc-pismem-powaznym [dostęp: 8.02.2014].

[28] Maria Wojtak wskazuje, że ze względu na kontekst można wyodrębnić wzmiankę autonomiczną i seryjną. Druga typologia – z uwagi na kształt wzorców gatunkowych różnicuje wzmianki ze względu na zawartość – z dominantą publicystyczną lub informacyjną, zob. M. Wojtak, *Analiza gatunków prasowych*, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2008, s. 39.

regionalny, krajowy, jak i międzynarodowy. Wymiar informacyjny posiadają również komunikaty obecne w „Aktualnościach". Stałym gatunkiem informacyjnym są także sprawozdania publikowane w rubryce „Wydarzenia". Należy podkreślić, że sprawozdania z wydarzeń zawierają opinię publicysty, a także odniesienie do sfery polityki.

Warty odnotowania jest także stosunkowo wyważony, jak na IPN, ton wystawy; Nie ustrzeżono się niestety także, szczególnie przy omawianiu aktywności politycznej i zaangażowania PAX-u na linii stosunków państwo–Kościół, od typowej dla historiografii „made in IPN" daniny ideologicznej[29].

Wszelkie sugestie autora sprawozdania są kierowane do adresatów „wtajemniczonych" w opinię redakcji na temat wspomnianego wyżej Instytutu Pamięci Narodowej. Można wskazać w tym przypadku na zasadność koncepcji tzw. wpisanego czytelnika, „czyli zawartego w przekazie modelu zamierzonego odbiorcy"[30]. Sugestywność stanowi bowiem wyróżnik publicystyki politycznej.

Warto odnotować, że gatunki dziennikarskie nie są niezmiennymi formami, lecz ewoluują, łączą się ze sobą, tworząc pewne „mutacje"[31]. Charakterystyczną cechą piśmiennictwa politycznego jest synkretyzm gatunkowy. W dziale „Aktualności" stałym elementem jest „Sylwetka", będąca prezentacją postaci. Jak zauważył Zbigniew Bauer sylwetka opisuje bohatera przez nakreślenie jego osobowości, sposobu bycia, upodobań. Badacz stwierdza jednak, że nie jest to gatunek czysto informacyjny, gdyż zawiera element wartościujący[32]. Z tego względu w badaniach przyporządkowano ją do gatunków pogranicznych (zwanych także synkretycznymi). Należy wskazać, że w „Myśli Polskiej" „Sylwetka" jest konstruowana na bazie doświadczeń zawodowych postaci, jej poglądów politycznych – świadectw oraz śladów działalności politycznej. Sylwetki prezentowane na łamach „Myśli Polskiej" wzbogacane są o opinię autora. Ma ona na celu wykreowanie pozytywnego lub negatywnego wizerunku bohatera.

Kolejnym synkretycznym gatunkiem pojawiającym się w tygodniku są serie cytatów. Obecne są one zarówno na okładce „Cytat tygodnia", jak i w dziale „Varia" – w rubrykach „Przeczytane" lub „Powiedzieli". Są ona dokładnie wyselekcjonowane. Podobny wymiar mają także kroniki „Polskiego Systemu Walki Wręcz Haller". Na łamach „Myśli Polskiej" pojawiają się również takie gatunki

[29] M. Motas, *Pierwsza wystawa o PAX-ie i Piaseckim*, „Myśl Polska" 5–12.01.2014, nr 1–2, s. 3.

[30] T. Goban-Klas, *Media i komunikowanie masowe. Teorie i analizy prasy, radia, telewizji i Internetu,* Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2008, s. 189.

[31] S. Iwasiów, *Gatunki dziennikarskie w prasie lokalnej w Świnoujściu, Kamieniu Pomorskim i Gryficach*, „Edukacja Humanistyczna" 2012, nr 2, s. 73.

[32] Z. Bauer, *Gatunki dziennikarskie…*, *op. cit.*, s. 156.

pograniczne, jak wywiad czy list do redakcji. Są one publikowane w dziale „Aktualności" w rubryce „Opinie", a także w dodatku „Myśl Literacka". W badanym okresie w „Myśli Polskiej" najbardziej popularnym wśród gatunków synkretycznych były serie cytatów (60,82% gatunku w obecnych w „Myśli Polskiej" gatunkach pogranicznych), sylwetki (18,92%), wywiady (14,86%), listy (5,4%). Warto wskazać, że wywiady w tygodniku przeprowadza Jan Engelgard (redaktor naczelny pisma), a w dodatku „Myśl Literacka" Stanisław Stanik (redaktor naczelny dodatku), Zdzisław Koryś, Jerzy Świątkowski.

W „Myśli Polskiej" w badanym okresie zdecydowanie dominują gatunki publicystyczne, takie jak: artykuł publicystyczny (29,60% wszystkich gatunków publicystycznych), komentarz (25,69%), felieton (21,22%), recenzja (14,52%), także wspomnienie/nekrolog (5,04%). Epizodycznie pojawia się esej bądź reportaż.

Spośród wymienionych gatunków najbardziej popularne są artykuły publicystyczne. Ich cechą charakterystyczną jest budowa kompozycji opierająca się na logicznym wnioskowaniu, które doprowadza do stworzenia lub udowodnienia pewnych tez zawartych we wstępie albo w zakończeniu tekstu[33]. Artykuły publicystyczne są zawsze związane z tematem numeru – istotnym wydarzeniem politycznym zarówno w aspekcie przeszłości (co do niego doprowadziło), teraźniejszości (jaka jest diagnoza polityczna), jak i przyszłości (konsekwencje polityki). Za ich pośrednictwem ukazuje się historię ruchu narodowego, przyczyny jego klęski, a także prognozy co do jego przyszłości. Artykuły publicystyczne „Myśli Polskiej" w analizowanym okresie dotyczyły aktualnych wydarzeń na Ukrainie – walki o Krym oraz oceny „Majdanu" przez pryzmat doświadczeń polsko-ukraińskich[34]. Narodowcy dokonywali rekonesansu przeszłości oraz przypominali Polakom na łamach pisma o zbrodniach, jakich dopuścili się Ukraińcy na Wołyniu. Przekonywali też, że inicjatorzy ukraińskiego „Majdanu" są zwolennikami Stepana Bandery, wroga Polski. Dowodzili, że błędem jest popieranie przez władze polskie Ukrainy, a udział w konflikcie rosyjsko-ukraińskim uznali za niewskazany[35]. W artykułach odwoływano się do poczucia solidarności z poległymi Polakami i wskazywano na konieczność potępienia działań ukraińskich

[33] *Ibidem*, s. 160.

[34] B. Piętka, *W ślepej uliczce, czyli PiS a Ukraina*, „Myśl Polska" 5–12.01.2014, nr 1–2, s. 6; idem, *Ukraińska pułapka*, „Myśl Polska" 2–9.03.2014, nr 9–10, s. 6–7; idem, *Banderowska rewolucja*, „Myśl Polska" 16–23.03.2014, nr 11–12, s. 6; idem, *Na tropach rosyjskiej agentury*, „Myśl Polska" 30.03–6.04.2014, nr 13–14, s. 6–7; idem, *W oparach rusohisterii*, „Myśl Polska" 27.04–4.05.2014, nr 17–18, s. 4–5; idem, *Prawdziwe oblicze banderowców*, „Myśl Polska" 11–18.05.2014, nr 19–20, s. 4.

[35] *Nauki z Majdanu…*, „Myśl Polska" 5–12.01.2014, nr 1–2, s. 3; B. Piętka, *W ślepej uliczce…*, *op. cit.*, s. 6–7; *Kim jest Oleg Tiahnybok?*, „Myśl Polska" 16–23.02.2014, nr 7–8, s. 2; M. Zwodzińska, *Ideowy portret Olega Tiahnyboka*, „Myśl Polska" 16–23.02.2014, nr 7–8, s. 4.

na Wołyniu w czasie II wojny światowej. Tym samym ukazywano, że nacjonalizm ukraiński Stepana Bandery jest popularny również we współczesnej Ukrainie, a sam Bandera uważany tam za bohatera narodowego. Uzasadniano, że poparcie udzielone „Majdanowi" to aprobata dla zwolenników Bandery. Artykuły publicystyczne na łamach pisma miały więc za cel dokonanie interpretacji współczesnych wydarzeń przez ukazanie ich przyczyn, przebiegu oraz konsekwencji, ze szczególnym uwzględnieniem wpływu, jaki mają na Polskę. Przedstawiano także scenariusze, z których powinni skorzystać rządzący, aby realizować interesy polskie na Ukrainie.

Komentarze na łamach „Myśli Polskiej" zachowują swoją klasyczną nierozbudowaną formę wypowiedzi. Są dwusegmentowe, zawierają tytuł oraz korpus. Ich wyznacznikiem jest subiektywna interpretacja wydarzenia i przekonanie do niej czytelników. W komentarzach pojawiają się wartości, epitety, porównania[36]. Warto odnotować, że mimo okresu przedwyborczego podzielony obóz narodowy nie zdołał się zintegrować. Redakcja „Myśli Polskiej" nie poparła Ruchu Narodowego. Na temat jego istnienia, a także udziału w wyborach do Parlamentu Europejskiego pojawiły się dwa komentarze oraz wywiad, ukazujące Ruch Narodowy jako młodych niedoświadczonych ludzi, ruch protestu, *kopię PiS*, *zradykalizowaną wersję PiS*[37].

Komentarze realizują funkcję perswazyjną (przekazują pewną interpretację rzeczywistości), ukierunkowują na odpowiedni tok myślenia. Są one jednoznaczne w ocenie, a także realizują linię polityczną redakcji. Na pierwszej stronie stałym elementem jest komentarz redaktora naczelnego, który odnosi się do aktualnego wydarzenia, a także wskazuje założenia linii politycznej redakcji. Komentarze w omawianym czasie dotyczyły zarówno wydarzeń na ukraińskim „Majdanie", jak i interpretacji polityki realizowanej przez Unię Europejską.

> […] Zauroczenie Unią Europejską jest niczym innym jak poszukiwaniem swoich wyzbytych Boga i ewangelii moralności, współbraci. Tu wszelakie dewiacje zachowań ludzkich: homoseksualizm, związki partnerskie, rozwiązłość seksualna, aborcje, a nawet w niektórych krajach Unii eutanazja, chronione są prawem. Cały obszar Europy Zachodniej przypomina dziś dom publiczny, w którym nie ma miejsca dla normalnej rodziny i rodzenia dzieci. Grozi to katastrofą demograficzną[38].

[36] M. Wojtak, *Analiza gatunków prasowych…*, *op. cit.*, s. 83.

[37] P. Piasta, *Co dalej z endecją*, „Myśl Polska" 4–12.01.2014, nr 1–2, s. 4; M. Motas, *„Polska Niepodległa" na rozdrożu*, „Myśl Polska" 16–23.02.2014, nr 7–8, s. 15; *Resentymenty przeciwko polskim interesom*, rozm. z prof. A. Raźny, przepr. J. Engelgard, A. Meller, A. Wielomski, „Myśl Polska" 2–9.02.2014, nr 5–6, s. 4.

[38] J. Engelgard, *PostEuropa kontra Rosja*, „Myśl Polska" 5–12.01.2014, nr 1–2, s. 1.

Warto wskazać, że komentarze dotyczące działalności Unii Europejskiej i jej destrukcyjnego wpływu na Polskę są stałym elementem w „Myśli Polskiej". Na łamach pisma prowadzono akcję zniechęcającą do akcesu Polski do Unii Europejskiej, propagowano absencję wyborczą w trakcie referendum mającego zadecydować o wejściu Polski do UE[39]. Komentarze ukazujące więc Unię Europejską jako inicjatora destrukcji moralności stanowią kontinuum polityki redakcyjnej pisma.

Komentarze także na dalszych stronach periodyku wskazują na wyraźne poglądy autora, a także są spójne z innymi tekstami zawartymi na łamach „Myśli Polskiej". Gatunki dziennikarskie stosowane w czasopiśmie wzmacniają przekaz, a także pozwalają na jego emocjonalizację:

Sława Ukrainie – tak krzyczeli podburzeni przez banderowców ukraińscy chłopi na Wołyniu, idąc w nocy palić i mordować swoich polskich sąsiadów. *Hierojam sława!* Tym hierojam, którzy palili, przebijali widłami, ćwiartowali nożami i siekierami, odcinali kobietom piersi i rozcinali dzieciom brzuchy. Innych hierojów wtedy na Ukrainie nie było. Dzisiaj dopiero propaganda neobanderowska próbuje ich stworzyć w bajeczkach o rzekomych walkach UPA z Niemcami[40].

Warto wskazać, że teksty dotyczące Ukrainy nie wynikały wyłącznie z konieczności podjęcia aktualnego tematu, lecz również stanowiły kontynuację stosunku redakcji pisma do Ukrainy. Wskazywano:

Podobnie jak Unia, także i Ukraina jest bytem bardziej intencjonalnym niż rzeczywistym. Powstała na skutek demontażu Związku Sowieckiego, tkwi w chronicznym i wydaje się trwałym kryzysie. Czynienie z Ukrainy partnera dla Polski jest błędem. W końcu Rosja za aprobatą Waszyngtonu przejmie Ukrainę[41].

Postulowano o współpracę z Rosją.

Felietony zamieszczane na łamach pisma również dotyczą aktualnych wydarzeń i są pisane przez stałych współpracowników, którzy posiadają własne rubryki. Mają one osobliwy charakter, styl i odpowiednio wyselekcjonowane informacje. Stałymi felietonistami w redakcji „Myśli Polskiej" są Andrzej Jan Horodecki, Antoni Koniuszewski czy Adam Wielomski. Pierwszy prowadzi rubrykę „Prosto z mostu", drugi „Opinie". Andrzej Jan Horodecki zajmuje się głównie tematyką

[39] Zob. m.in.: P. Jaroszyński, *Europa antychrześcijańska*, „Myśl Polska" 21–28.12.1997, nr 51–52, s. 7; J. Engelgard, *Czy Europa Niemiecka?*, „Myśl Polska" 4–11.01.1998, nr 1–2, s. 7; Uchwała Rady Politycznej SND, *Miejsce Polski w Europie i Świecie na progu XXI w.*, „Myśl Polska" 9.05.1999, nr 19, s. 9; J. Engelgard, *Duch ślimaka*, „Nowa Myśl Polska" 6–13.01.2002, nr 1–2, s. 1; Z. Lipiński, *Unia albo niepodległość*, „Nowa Myśl Polska" 27.01–3.02.2002, nr 4–5, s. 7; J. Engelgard, *Zapłacimy na Unię 14 mld złotych rocznie!*, „Nowa Myśl Polska" 3.11.2002, nr 44, s. 1; A. Owsiński, *Nie ta Unia i nie te elity*, „Nowa Myśl Polska" 5–12.01.2003, nr 1–2, s. 5.

[40] B. Piętka, *W ślepej uliczce…*, *op. cit.*, s. 6–7.

[41] A. Koniuszewski, *Mówimy Unia Europejska – myślimy Niemcy!*, „Myśl Polska" 3.09.2000, nr 36, s. 4.

związaną z cywilizacją łacińską oraz prawem naturalnym, zaś Adam Wielomski jest autorem rubryki „Czekając na Katechona".

Różne wydarzenia, które rejestrujemy w naszej świadomości, a zwłaszcza na przełomie XX/XXI wieku, wskazują, że człowiek współczesny, należący do tzw. Pierwszego Świata żyje tak, jakby Boga nie było. Jest to niewątpliwy wynik wielowiekowej, szerokofrontowej walki z Kościołem Rzymsko-Katolickim, wciąż odradzającym się i wciąż stawiającym opór Centralnym Siłom Politycznym. Do przełamania tego oporu wytoczono w mijającym 2013 roku największe działo – ideologię *gender*[42].

Pojawiają się także felietony bez stałych rubryk.

Reasumując: Stanisław Michalkiewicz albo uznał muzykanta Kisielewskiego za absolutny „autorytet" w dziedzinie ekonomii i do znudzenia powiela bajdurzenia swego „mistrza" o wspaniałości liberalnego kapitalizmu wolnorynkowego (co mogłoby świadczyć o braku samokrytycyzmu u tego felietonisty), albo też pełni w Polsce rolę agenta wpływu przestępczej międzynarodówki bankierskiej. Chyba, że w grę wchodzą obydwie te możliwości[43].

Recenzje zamieszczone na łamach „Myśli Polskiej" w zdecydowanej większości dotyczą publikacji na temat dziejów ruchu narodowego bądź jego działaczy. Przez przywoływanie opracowań naukowych dotyczących historii obozu narodowego ukazuje się jego istotną rolę i znaczenie dla odzyskania przez Polskę niepodległości. Przez to wzmacniana jest pozycja periodyku podkreślającego ciągłość ideową z Narodową Demokracją. Wszelkie opinie członków redakcji są spójne z linią polityczną pisma, zawierają postulaty programowe obozu narodowego, diagnozują stan zagrożenia oraz identyfikują wrogów:

[…] atak na wolność jednostki i suwerenności państwa narodowego trwa więc w najlepsze. Poparcie dla PiS-u i PO zaś wciąż wysokie. Może ludzie wolą być niewolnikami w unijnym kantonie, a może nie dociera do nich prawda przez ścianę medialnej propagandy. Spróbujmy im pomóc[44].

Tym samym publicystyka „Myśli Polskiej" wpisuje się w konwencje tekstów partyjnych organów prasowych. Jej celem jest integracja środowiska narodowego, budowa zaplecza politycznego oraz poszerzanie kręgu zwolenników myśli narodowej.

Należy zaznaczyć za Zygmuntem Bauerem, że z założenia gatunki publicystyczne realizują dwie główne funkcje – interpretacyjną oraz perswazyjną, gdyż, jak zauważył badacz, „gatunki informacyjne dają możliwość rozszerzenia wiedzy odbiorcy o świecie, publicystyka zaś pogłębia tę wiedzę, pozwala wywołać intelektualne i emocjonalne reakcje na przedstawiane fakty"[45]. Ponadto w piśmie

[42] A. J. Horodecki, *O trudnej sytuacji człowieka*, „Myśl Polska" 5–12.01.2014, nr 1–2, s. 20.

[43] J. M. Janowski, *Fortepianowa ekonomia Stanisława Michalkiewicza*, „Myśl Polska" 19–26.01.2014, nr 3–4, s. 20.

[44] A. Śmiech, *Paranoje powszechne*, „Myśl Polska" 2–9.02.2014, nr 5–6, s. 2.

[45] Z. Bauer, *Gatunki dziennikarskie…*, *op. cit.*, s. 150.

„Myśl Polska", poza wyżej wskazanymi, realizowane są także funkcje: emotywna, identyfikacyjna, więziotwórcza oraz konatywna[46].

Funkcja emotywna pozwala na zaangażowanie emocjonalne czytelników. Łączy ich przez odwołanie do martyrologii narodu polskiego, poczucia krzywdy narodowej oraz żądania sprawiedliwości dziejowej z jednej strony, z drugiej zaś, odnosi się do okresu chwały i dumy narodowej – pontyfikatu Jana Pawła II czy odwagi i heroiczności Polaków w okresie II wojny światowej. W piśmie ukazywane są sylwetki Polaków, którzy poświęcali życie w imię wolności, ale także krytyka nieracjonalnych działań dowódców. Przekaz wyraża emocje przez dokładne opisy zbrodni na narodzie polskim. Funkcja emotywna realizowana jest za pomocą stosowanych stereotypów, odwoływania się do wspomnień, używania sloganów i haseł, a także przez sugestie. Mają one na celu zmniejszenie dystansu pomiędzy nadawcą i odbiorcą.

Funkcja identyfikacyjna pozwala na wskazanie grupy docelowej, posiadającej już podstawę wiedzy narodowej, a także znajomość podstaw polskiej myśli narodowej.

Funkcja więziotwórcza wzmacnia integrację środowiska neoendeków, a możliwość publikacji „Listów do redakcji" zachęca do współpracy. Stosowane w tekstach sformułowania pozwalają na rozpoznanie linii politycznej pisma, a także typu myślenia o polityce. Istotne znaczenie dla funkcji więziotwórczej czy integracyjnej miała identyfikacja wroga Polski. Była ona związana ze wskazaniem odmienności cywilizacyjnej i kulturowej wrogów. Każdy ze wskazanych wrogów Polski wywodził się z innych cywilizacji, które zwalczały cywilizację łacińską. Ponadto wrogowie, zdaniem narodowców, zwalczali Polskę ze względu na jej katolickość. Niezmienny pozostał kanon wrogów (Niemcy oraz będący pod ich wpływem Ukraińcy, Żydzi, masoni, propagatorzy ideologii kosmopolitycznych, organizacje ponadnarodowe), charakterystyczny dla narodowej myśli politycznej, a ich celem była destabilizacja państwa oraz zniszczenie tożsamości narodowej.

Wreszcie funkcja konatywna, skierowana wprost do adresata, ma na celu wywołanie określonych postaw. W „Myśli Polskiej" realizowana jest za pośrednictwem apeli do czytelników, mających wymiar moralny.

Należy wskazać, że struktura pisma dopasowana jest do profilu czytelnika „Myśli Polskiej" oraz akcentuje narodową myśl polityczną periodyku. Zarówno prezentowana dokumentacja, przywoływane cytaty, jak i publikowanie publicystyki Romana Dmowskiego identyfikują profil ideowy tygodnika. Duże znacze-

[46] Warto wskazać, że również prasę Narodowej Demokracji wyróżniała realizacja funkcji: komunikatywnej, impresywnej, emocjonalnej, identyfikacyjnej, więziotwórczej, zob. E. Maj, *Język defaworyzacji na narodowodemokratycznej publicystyce prasowej (1918–1939)*, „Polityka i Społeczeństwo" 2009, nr 6 Wydawnictwo UR, Rzeszów 2009, s. 65.

nie dla redakcji ma promocja czytelnictwa, a w szczególności literatury ideowej o profilu narodowym, a także opracowań naukowych na temat dziejów Narodowej Demokracji, na co przeznaczono jedną ze stron oraz dział „Lektury". Niezmienne pozostają również działy i rubryki pisma, które przywiązują i przyzwyczajają czytelnika do swojej zawartości. Warto wspomnieć, że pojawiające się w „Myśli Polskiej" reklamy dopasowane są do linii politycznej pisma. Promują książki opisujące dzieje Narodowej Demokracji, księgarnie i wydawnictwa, media czy „patriotyczne koszulki" z napisami: *Bij bolszewika! Generał Tadeusz Rozwadowski obrońca polskiego Lwowa, Szef Sztabu Generalnego Wojska Polskiego w Bitwie Warszawskiej*; *Dywizjon 303: Jeszcze nigdy tak wielu nie zawdzięczało tak wiele tak nielicznym*; *Polski System Walki Wręcz HALLER. Z tradycją w przyszłość*; *Grunwald 1410: Bogurodzica Dziewica Bogiem sławiena Maryja*. Reasumując, zawartość periodyku jest spójna, pojawia się wieloaspektowość w tematyce politycznej, kulturowej, gospodarczej i społecznej, a struktura pozwala zidentyfikować linię polityczną pisma.

Podsumowanie

Publicystyka „Myśli Polskiej" skierowana jest do określonej grupy odbiorców. W celu ich integracji wokół programu narodowego stosowane są presupozycje. Czytelnicy rozumieją aluzje, odwołania do konkretnych wydarzeń historycznych i współczesnych. Pomiędzy nadawcą i odbiorcą zostaje zawarty pakt faktograficzny – nadawca i adresat zgadzają się co do zaistnienia faktu, jego charakterystyki, oceny czy skutków. Można w tym wymiarze zaklasyfikować obecną tu publicystykę do publicystyki zaszyfrowanej, która „wiąże się z zakamuflowanymi, ostrymi w istocie i polemicznymi, ale bez ujawniania dokładnego adresu polemikami, ocenami współczesnej publicyście rzeczywistości społecznej bądź politycznej"[47]. Często pojawia się ona w felietonach, a jej wyrazem są; „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 felietonu"[48]. Jak podkreśla Maria Wojtak, doza tajemniczości, celowe niedopowiedzenia, sugestie i podjęcie gry z czytelnikiem pogłębiają niejasność. Dominującą formą staje się zaś aluzja, odpowiednio odczytana przez wtajemniczony krąg czytelników[49]. Istotnym elementem są również socjolekty, obecne w tekstach sposoby komunikacji (typy komunikatów oraz ich składniki).

[47] M. Wojtak, *Współczesnej publicystyki politycznej…*, *op. cit.*, s. 214–215.
[48] *Ibidem*, s. 214–215.
[49] *Ibidem*.

Pozwalają one na zawiązanie się więzi pomiędzy nadawcą i odbiorcą, tworząc środowisko porozumienia[50].

Wyselekcjonowana informacja pojawiająca się w publicystyce „Myśli Polskiej" spełnia kryterium ważności z punktu widzenia myśli narodowej, co wynika z przyjętego stanowiska wobec rzeczywistości politycznej czy określonego nastawienia do świata. Wiąże się również z wyznawaną ideologią, jej korzeniami oraz schematami myślowymi.

> To co narzuca nam zgniły Zachód napawa obrzydzeniem każdego normalnego człowieka. Desperackie zabiegi – by normalność sprowadzić do poziomu zaściankowości, a dewiacje do codzienności – rozmaici postępowcy od lat usilnie próbują wdrażać w życie społeczne na wszystkich kontynentach[51].

Celem pisma jest promocja politycznego programu narodowego. W związku z tym redakcja zajmuje się eksploracją działań polityków zarówno prawicowych, jak i lewicowych. Dokonuje również usprawiedliwienia niemocy narodowców. Poza prezentacją rzeczywistości pismo wskazuje właściwy tok myślenia oraz kierunek postępowania – realizacji polityki polskiej. Redakcja wielokrotnie odnosi się do własnych zweryfikowanych prognoz dotyczących polityki oraz udowadnia słuszność swojej linii politycznej. Podporządkowuje tekst pod publicystę, jego hierarchię wartości, ideologię.

Kolejnym celem pisma jest promocja działań politycznych związanych z linią polityczną redakcji – udziału w marszach, głosowaniu, protestach, bojkotach, zakupach (książki, koszulki patriotyczne), słuchania polskiej muzyki. Ważnym aspektem jest więc wywołanie określonych postaw.

Współczesna publicystyka polityczna nie tyle eksponuje swoje funkcje przez zastosowanie konkretnego gatunku dziennikarskiego, ile, jak wskazuje Maria Wojtak, służy do „miksowania" tych funkcji. Rezygnuje się z przestrzegania granicy pomiędzy interpretacją a informowaniem[52]. W „Myśli Polskiej" dominują gatunki publicystyczne, a w nich artykuł publicystyczny oraz komentarz, które pozwalają na przekonanie czytelnika do obrazu świata odzwierciedlonego w tekstach.

---

[50] O socjolektach zob. M. Wojtak, *Głosy z teraźniejszości. O języku współczesnej polskiej prasy*, Wydawnictwo WSPA, Lublin 2010, s. 67–88.

[51] A. Piwar, *Oś Moskwa – Teheran – Warszawa*, „Myśl Polska" 2–9.03.2016, nr 9–10, s. 8.

[52] M. Wojtak, *Rozłożone gazety. Studia z zakresu prasowego dyskursu języka i stylu*, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2015, s. 203–204.

Bibliografia

Źródła

Artykuły prasowe

Engelgard J., *Czy Europa Niemiecka?*, „Myśl Polska" 4–11.01.1998, nr 1–2.
Engelgard J., *Duch ślimaka*, „Nowa Myśl Polska" 6–13.01.2002, nr 1–2.
Engelgard J., *Mamy już 65 lat!*, „Myśl Polska" 9–16.04.2006, nr 12.
Engelgard J., *Na nowy 2005 rok*, „Myśl Polska" 2–9.01.2005, nr 1–2.
Engelgard J., *PostEuropa kontra Rosja*, „Myśl Polska" 5–12.01.2014, nr 1–2.
Engelgard J., *Rozmywanie narodu*, „Myśl Polska" 19.10.1997, nr 42.
Engelgard J., *Zapłacimy na Unię 14 mld złotych rocznie!*, „Nowa Myśl Polska" 3.11.2002, nr 44.
Horodecki A. J., *Kiedy prawdziwie Polacy powstaną…*, „Nowa Myśl Polska" 5–12.01. 2003, nr 1–2.
Horodecki A. J., *O trudnej sytuacji człowieka*, „Myśl Polska" 5–12.01.2014, nr 1–2.
Janowski J. M., *Fortepianowa ekonomia Stanisława Michalkiewicza*, „Myśl Polska" 19–26.01.2014, nr 3–4.
Jaroszyński P., *Europa antychrześcijańska*, „Myśl Polska" 21–28.12.1997, nr 51–52.
Kim jest Oleg Tiahnybok?, „Myśl Polska" 16–23.02.2014, nr 7–8.
Koniuszewski A., *Mówimy Unia Europejska – myślimy Niemcy!*, „Myśl Polska" 3.09.2000, nr 36.
Kowalski B., *Ugoda w sprawie „Myśli Polskiej"*, „Nowa Myśl Polska" 18–25.11.2001, nr 11–12.
Lipiński Z., *Unia albo niepodległość*, „Nowa Myśl Polska" 27.01–3.02.2002, nr 4–5.
Motas M., *Pierwsza wystawa o PAX-ie i Piaseckim*, „Myśl Polska" 5–12.01.2014, nr 1–2.
Motas M. *„Polska Niepodległa" na rozdrożu*, „Myśl Polska" 16–23.02.2014, nr 7–8.
Nauki z Majdanu…, „Myśl Polska" 5–12.01.2014, nr 1–2.
Netter W., *Myśli o „Myśli"*, „Myśl Polska" 1–15.07.1993, nr 13.
Owsiński A., *Nie ta Unia i nie te elity*, „Nowa Myśl Polska" 5–12.01.2003, nr 1–2.
P. S., *Obóz Patriotyczny – jedną partią*, „Myśl Polska" 7.01.1996, nr 1.
Piasta P., *Co dalej z endecją*, „Myśl Polska" 4–12.01.2014, nr 1–2.
Piętka B., *Banderowska rewolucja*, „Myśl Polska" 16–23.03.2014, nr 11–12.
Piętka B., *Na tropach rosyjskiej agentury*, „Myśl Polska" 30.03–6.04.2014, nr 13–14.
Piętka B., *Prawdziwe oblicze banderowców*, „Myśl Polska" 11–18.05.2014, nr 19–20.
Piętka B., *Ukraińska pułapka*, „Myśl Polska" 2–9.03.2014, nr 9–10.
Piętka B., *W oparach rusohisterii*, „Myśl Polska" 27.04–4.05.2014, nr 17–18.
Piętka B., *W ślepej uliczce, czyli PiS a Ukraina*, „Myśl Polska" 5–12.01.2014, nr 1–2.
Piwar A., *Oś Moskwa – Teheran – Warszawa*, „Myśl Polska" 2–9.03.2016, nr 9–10.
Redakcja, *Jesteśmy*, „Nowa Myśl Polska" 9.09.2001, nr 1.
Resentymenty przeciwko polskim interesom, rozm. z prof. A. Raźny, przepr. J. Engelgard, A. Meller, A. Wielomski, „Myśl Polska" 2–9.02.2014, nr 5–6.

Siewierski J., *Obóz Patriotyczny coraz większy*, „Myśl Polska" 20.08.1995, nr 34.
Śmiech A., *Paranoje powszechne*, „Myśl Polska" 2–9.02.2014, nr 5–6.
Uchwała Rady Politycznej SND, *Miejsce Polski w Europie i Świecie na progu XXI w.*, „Myśl Polska" 9.05.1999, nr 19.
Zwodzińska M., *Ideowy portret Olega Tiahnyboka*, „Myśl Polska" 16–23.02.2014, nr 7–8.

Opracowania

Monografie

Chodkiewicz M. J., Mysiakowska-Muszyńska J., Muszyński W. J., *Polska dla Polaków! Kim byli i są polscy narodowcy*, Zysk i S-ka Wydawnictwo, Poznań 2015.
Goban-Klas T., *Media i komunikowanie masowe. Teorie i analizy prasy, radia, telewizji i Internetu*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2008.
Maj Cz., Maj E., *Narodowe ugrupowania polityczne w Polsce 1989–2001*, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2007.
Wojtak M., *Analiza gatunków prasowych*, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2008.
Wojtak M., *Głosy z teraźniejszości. O języku współczesnej polskiej prasy*, Wydawnictwo WSPA, Lublin 2010.
Wojtak M., *Rozłożone gazety. Studia z zakresu prasowego dyskursu języka i stylu*, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2015.
Ziętara P., *Emigracja wobec Października: postawy polskich środowisk emigracyjnych wobec liberalizacji w PRL w latach 1955–1957*, Wydawnictwo LTW, Warszawa 2001.

Publikacje zbiorowe

Bauer Z., *Gatunki dziennikarskie*, [w:] *Dziennikarstwo i świat mediów*, red. Z. Bauer, E. Chudziński, Universitas, Kraków 2004.
Maj E., *Myśl narodowa i nacjonalistyczna*, [w:] *Myśl polityczna w Polsce po 1989 roku. Wybrane nurty ideowe*, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2008.
Maj E., *Publicystyka polityczna tygodnika „Myśl Polska" i „Nowa Myśl Polska" wobec Ukrainy i Ukraińców*, [w:] *Obraz współczesnej Ukrainy w mediach w Polsce*, red. I. Hofman, J. Maguś, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2014.
Turek W., *„Myśl Polska" na emigracji*, [w:] *„Myśl Polska" na emigracji 1941–1976. Antologia tekstów*, wybór i oprac. W. Turek, M. Urbanowski, Wydawnictwo Arcana, Kraków 2005.

Słowniki

Bauer Z., *Publicystyka* [hasło], [w:] *Słownik terminologii medialnej*, red. W. Pisarek, Universitas, Kraków 2006.

Artykuły w pismach naukowych

Iwasiów S., *Gatunki dziennikarskie w prasie lokalnej w Świnoujściu, Kamieniu Pomorskim i Gryficach*, „Edukacja Humanistyczna" 2012, nr 2.

Maj E., *Język defaworyzacji na narodowodemokratycznej publicystyce prasowej (1918–1939)*, „Polityka i Społeczeństwo" 2009, nr 6, Wydawnictwo UR, Rzeszów 2009.

Wojtak M., *Współczesnej publicystyki politycznej oblicza różne*, „Poznańskie Studia Polonistyczne" 2013, t. 20 (40), z. 2, https://repozytorium.amu.edu.pl/bitstream/10593/12589/1/18_Wojtak.pdf [dostęp: 20.04.2016].

Wolny-Zmorzyński K., Kozieł A., *Genologia dziennikarska*, „Studia Medioznawcze" 2013, nr 3, Instytut Dziennikarstwa UW.

Źródła internetowe

Strona internetowa portalu Prawy.pl, G. Lepianka, *Wywiad z Janem Engelgardem: Myśl Polska musi być pismem poważnym*, http://www.prawy.pl/z-kraju/53-wywiady10/3566-jan-engelgard-mysl-polska-musi-byc-pismem-powaznym [dostęp: 8.02.2014].

Strona internetowa Ruchu Narodowego, *O nas*, http://ruchnarodowy.org/o-nas [dostęp: 20.04.2016].

Krzysztof Kaszewski
Uniwersytet Warszawski

10 NAJLEPSZYCH GIER POSTAPOKALIPTYCZNYCH, CZYLI O OSOBLIWOŚCI GENOLOGICZNEJ W PRASIE DLA MIŁOŚNIKÓW GIER KOMPUTEROWYCH*

Gry komputerowe to bardzo dynamicznie rozwijająca się dziedzina rozrywki, dlatego media coraz więcej mówią i piszą o grach, sięgając zarówno po tradycyjne formy przekazu, jak i upowszechniając nowe bądź zmodyfikowane.

W niniejszym artykule postawiono sobie za cel omówienie najbardziej charakterystycznych cech pewnego typu tekstu (roboczo nazywam go przeglądem), często pojawiającego się we współczesnych mediach zajmujących się grami. Materiał badawczy pochodzi z pięciu źródeł: czterech portali internetowych popularnych wśród graczy oraz jednego tradycyjnego czasopisma.

1. Media zajmujące się grami komputerowymi jako prasa wyspecjalizowana

Pod pojęciem *prasa wyspecjalizowana* rozumiem media sprofilowane tematycznie i adresowane do ściśle określonej grupy odbiorców zainteresowanych daną dziedziną[1]. Czasopisma i portale internetowe zajmujące się grami komputerowymi bez wątpienia spełniają oba te warunki: mają ściśle określone pole zainteresowań (gry komputerowe i ich otoczenie: autorzy, producenci, sprzęt potrzebny do grania, imprezy dla miłośników gier itp.) oraz ściśle określonego odbiorcę (osoba często grająca w bardziej skomplikowane gry komputerowe, zwykle na komputerze PC).

Analizowany segment prasy jest tworem stosunkowo młodym, podobnie jak to, czym się zajmuje, czyli same gry. Pierwszym polskim czasopismem poruszającym tematykę gier komputerowych był „Bajtek" (wydawany w latach 1985–1996, najpierw przez RSW „Prasa-Książka-Ruch" jako dodatek do „Sztandaru

* Ze względów stylistycznych określenie *prasa dla miłośników gier komputerowych* zastępuję w artykule określeniami typu: *prasa zajmująca się grami komputerowymi (wideo)*, *prasa o grach*, a także nazwą powszechną w środowisku graczy, czyli *prasa growa*. Wymiennie używam też wyrażeń *gra komputerowa* i *gra wideo*, mimo że to drugie określenie jest szersze.

[1] M. Wojtak, *Gatunki mowy charakterystyczne dla prasy motoryzacyjnej*, „Prace Językoznawcze", t. 8, Wydawnictwo UWM, Olsztyn 2006, s. 62.

Młodych", potem przez Wydawnictwo Bajtek). W następnych latach wszystkiego szybko przybywało: komputerów w polskich domach, gier na kasetach magnetofonowych i dyskietkach, a także czasopism dla graczy. Złoty wiek pism o grach w naszym kraju to lata 1996–2003 – ukazywało się wtedy 12 tytułów[2], będących najczęściej miesięcznikami[3]. W tym okresie wychodziły czasopisma do dziś określane w środowisku graczy jako kultowe, które wyznaczyły standardy dla tego typu prasy w Polsce – mowa tu o pismach „Top Secret" oraz „Secret Service" (słynna jaskrawoczerwona okładka). Zauważalną pozycję na rynku miały też w swoim czasie tytuły: „Gambler" (1993–1999, wyd. Lupus), „Świat Gier Komputerowych" (1993–2003, różni wydawcy, ostatni – Egmont Polska), „Click" (1999–2009, wyd. Bauer), „Play" (2000–2012, wyd. Ringier Axel Springer Polska) czy „Komputer Świat GRY" (2000–2012, wyd. Ringier Axel Springer Polska).

Rozwój internetu eliminował z rynku mniej popularne czasopisma – w latach 2004–2008 ukazywało się ich już tylko siedem, a i one radziły sobie coraz gorzej. Zmiany formuły z miesięcznika na dwumiesięcznik (tak uczynił „Komputer Świat GRY") i inne zabiegi okazały się przedłużaniem agonii. W chwili obecnej na polskim rynku mamy tylko dwa czasopisma papierowe dotyczące gier[4]. Istniejący od 1995 roku (ponad 20 lat – fenomen branży) czterotygodnik „CD-Action" (wyd. Bauer) ma stabilną pozycję – w styczniu 2016 roku sprzedano prawie 70 tys. egzemplarzy[5]. Drugie pismo to młody (od marca 2015 roku ukazało się dotąd 16 numerów) miesięcznik „Pixel" (wyd. Idea Ahaed), będący pozostałością po nieudanej próbie wskrzeszenia „Secret Service'u".

Współcześnie media zajmujące się grami wideo to oczywiście przede wszystkim portale internetowe. Popularne serwisy o tej tematyce należą do liczących się wydawców medialnych i innych podmiotów rynku komputerowego[6]. Do największych należy zaliczyć GRYOnline.pl (działający od 2001) – to ogromna baza danych (informacji) o grach, dostarczyciel newsów i opinii, a także platforma dyskusyjna między użytkownikami. Internet oferuje szybką informację, publicystykę w formie tekstowej i filmowej, materiały dźwiękowe i audiowizualne (zapowiedzi, zapisy rozgrywek), możliwość pobierania danych (darmowe gry i programy, wersje demonstracyjne nowych produktów komercyjnych, łatki itp.). Obecna

[2] B. Sieja, *Historia pism o grach*, „CD-Action" 2013, nr 7–11, wyd. Bauer.

[3] Niektóre tytuły nie ukazywały się w sierpniu – miały podwójny, wakacyjny numer lipcowy.

[4] Nie biorę pod uwagę pism dotyczących gier wyłącznie konsolowych.

[5] *„CD Action" na czele sprzedaży. „Chip" z największym spadkiem w styczniu*, http://www.wirtualnemedia.pl/artykul/cd-action-na-czele-sprzedazy-chip-z-najwiekszym-spadkiem-w-styczniu [dostęp: 3.05.2016].

[6] Na przykład Gram.pl należy do Grupy Kapitałowej Action SA (największy polski dystrybutor sprzętu komputerowego), Gamezilla.pl – do koncernu Ringier Axel Springer; witryna Polygamia.pl do 2008 roku była własnością Agory.

prasa papierowa nie jest w stanie dorównać sieci pod względem różnorodności i szybkości oferty, swojej szansy upatruje więc w jakości, np. w ambitn(iejsz)ej publicystyce, której wartość nie spada z upływem czasu.

Coraz lepszy dostęp do internetu i coraz powszechniejsza znajomość języka angielskiego sprawiają, że polscy nadawcy muszą konkurować z zagranicznymi mediami poświęconymi grom. W dyskusjach na forach widać, że internauci szukają informacji i opinii o grach na portalach, takich jak np.: Metacritic.com, www.ign.com, www.gamespot.com, www.pcgamer.com, www.videogamer.com.

2. Gatunki w prasie wyspecjalizowanej

Dotychczasowe badania genologiczne prasy wyspecjalizowanej są podstawą dwóch zasadniczych wniosków. Po pierwsze, typowy jest dla tego segmentu rynku redukcjonizm genologiczny, czyli nieobecność wybranych gatunków typowych dla prasy ogólnej. Po drugie, w prasie wyspecjalizowanej ważną rolę odgrywają osobliwości genologiczne, czyli różnorodne przekształcenia tradycyjnych gatunków dziennikarskich, prowadzące do powstania nietypowych realizacji, tworów łączących cechy kilku gatunków lub mogących kandydować do miana odrębnych gatunków prasowych. Na podstawie analiz prasy motoryzacyjnej Maria Wojtak zwróciła uwagę np. „na teksty opisowo-oceniajace, zbliżone kształtem do publicystyki, ale obudowane wstawkami informacyjnymi i bogato ilustrowane”[7], a także na teksty nazywane *testami*, o kompozycji typowej dla artykułu, lecz wzbogaconej między innymi o tabele z danymi technicznymi i wyeksponowane podsumowanie testu (sprawdzianu), ukazujące główne wady i zalety opisywanego i ocenianego samochodu[8].

W prasie zajmującej się grami komputerowymi widać obie charakterystyczne cechy genologii prasy wyspecjalizowanej. Centrum systemu gatunkowego jest obecnie bezapelacyjnie recenzja gry komputerowej, która łączy w sobie cechy klasycznej recenzji dzieła kultury oraz gatunku określanego jako test, będącego podstawą nie tylko wspomnianej prasy motoryzacyjnej, ale wielu mediów skoncentrowanych na sferze techniki i jej wytworów[9]. W recenzji gry wideo oprócz informacji pojawiają się oceny jej rozmaitych aspektów, argumentacja itp.

[7] M. Wojtak, *Kunszt stylizatorski w artykułach z prasy wyspecjalizowanej*, [w:] eadem, *Rozłożone gazety. Studia z zakresu prasowego dyskursu, języka i stylu*, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2016, s. 83.

[8] *Ibidem*.

[9] Por. K. Kaszewski, *Recenzja gry komputerowej – między techniką a kulturą*, [w:] *Gatunki mowy i ich ewolucja*, t. 5: *Gatunek a granice*, red. D. Ostaszewska, J. Przyklenk, Wydawnictwo UŚ, Katowice 2015.

Te teksty piszą osoby najbardziej doświadczone merytorycznie i najlepiej przygotowane warsztatowo.

Oprócz recenzji w omawianych mediach są realizowane wybrane gatunki informacyjne (wzmianki, notatki), artykuły publicystyczne (w rozmaitych odmianach) i felietony (lub teksty uznawane za felietony). Z rzadka pojawiają się formy sprawozdawcze lub reportażopodobne – głównie przy okazji różnego rodzaju imprez związanych z grami (targi, wystawy, turnieje), o randze krajowej (Warsaw Games Week, Poznań Game Arena, Digital Dragons w Krakowie) lub międzynarodowej (E3 w Los Angeles i Gamescom w Kolonii to swoiste święta branży gier). Nie pojawiają się w mediach growych wywiady i klasyczne komentarze.

Z kolei występowanie genologicznych osobliwości to przede wszystkim testy dotyczące sprzętu komputerowego dla graczy (choć nie tylko do grania). Przedmiotem testu jest pojedynczy produkt konkretnej firmy albo grupa produktów tego samego typu (klawiatury, myszki, monitory, tablety, karty graficzne itp.). W każdej odmianie testu są wyraźnie obecne pierwiastki: informacyjny (parametry techniczne opisywanych produktów), poradnikowy (jak wybierać sprzęt, czym się kierować, na co zwracać uwagę), rankingowy (ocena końcowa, zwykle w postaci liczby, porównanie produktu z innymi z tego samego segmentu, opłacalność zakupu)[10].

Repertuar gatunkowy w prasie dla graczy komputerowych warto analizować również z tego względu, że jest on stosunkowo młody i można na bieżąco śledzić jego ewolucję. Rola prasy poświęconej grom wideo zmieniała się bowiem z upływem czasu, co wyraźnie wpływało na zbiór gatunków, sposoby ich realizacji i modyfikacji. Na przykład początkowo na łamach czasopism nie było recenzji, tylko teksty nazywane opisami i poradnikami. Ich głównym celem było objaśnienie zasad gry (niejednokrotnie bardzo złożonych, a w samej grze nieprzedstawionych) oraz doradzenie graczowi, jak grać, by osiągnąć jak najlepsze wyniki. Z biegiem lat, wraz z rozwojem komputerów i gier, teksty informacyjno-poradnikowe zaczęto uzupełniać ocenami. Obecnie opiniotwórcza rola mediów growych jest faktem, a oceny wystawiane grom realnie wpływają na ich sprzedaż.

W tradycyjnych pismach o grach zwykle był obecny dział listów od czytelników i obszernych odpowiedzi redakcji, typowy dla prasy poradnikowej. Ważną rolę od czasów „Top Secret'u" i „Secret Service'u" pełnił też dział humorystyczny, dotyczący nie tylko spraw komputerowych. W mediach internetowych tych działów nie ma, ale papierowe „CD-Action" do dziś zawiera oba elementy.

[10] Testy sprzętu były typowe dla prasy papierowej, obecnie ten element zanika wraz ze swym nośnikiem.

Stosunkowo nową osobliwością genologiczną w mediach growych jest tekst, który roboczo nazywam *przeglądem* (*tekstem przeglądowym*). W przeglądzie zestawia się informacje i oceny dotyczące grupy obiektów (kilku–kilkunastu) wybranych przy użyciu określonego kryterium (mających wspólną cechę). Ze względu na swą popularność i wyrazistość stał się on przedmiotem analiz w niniejszym artykule.

3. Przegląd jako osobliwość genologiczna typowa dla prasy dla graczy

Materiał badawczy stanowiło 50 tekstów z pięciu źródeł: czterech portali internetowych GRYOnline.pl (11 tekstów), Gram.pl (10), Eurogamer.pl (10), Gamezilla.pl (10) oraz z papierowego czterotygodnika „CD-Action" (9 tekstów z 10 numerów). Autorami analizowanych tekstów były różne osoby, by sprawdzić, co jest powtarzalne i typowe, a wyeliminować indywidualne skłonności. Na postać przeglądów wpływała konwencja przyjęta przez daną redakcję, ale nie był to czynnik rozstrzygający – w tym samym serwisie różne przeglądy bywały (nieco) inaczej skomponowane.

Do opisu wzorca gatunkowego wykorzystuję model gatunku autorstwa Marii Wojtak, złożony z czterech głównych aspektów: poznawczego (treść), strukturalnego (układ i proporcje objętościowe treści), stylistycznego (środki językowe) oraz pragmatycznego (sytuacja komunikacyjna oraz cel wypowiedzi)[11]. W analizach skupię się na aspektach strukturalnym i pragmatycznym, tam bowiem odnajdziemy najwięcej sygnałów gatunkowych decydujących o tożsamości przeglądu.

Przegląd zawsze jest zatytułowany, a tytuły są budowane według wyraźnie widocznego schematu. Przykłady:

[1] *15 największych bzdur prosto z ust twórców gier* (GOL)[12]
[2] *7 najciekawszych zwierząt w Far Cry Primal* (EGM)
[3] *10 najbardziej pamiętnych etapów skradankowych – wszędzie dobrze, ale w cieniu najlepiej* (GOL)

Niezbędnym elementem tytułu jest określenie, jakie obiekty są przedmiotem przeglądu i przy użyciu jakiego kryterium je wybrano. W niemal połowie przypadków (47%) w tytule dokładnie określono, ile obiektów obejmuje przegląd (w badanym materiale od 5 do 25). Ponad połowa analizowanych tytułów zawierała też określenie wartościujące w stopniu najwyższym (*naj-*), np.: *najciekawszy*, *najbardziej pamiętny*, *najważniejsze*, *najlepiej zapowiadające się*, *najbardziej*

[11] M. Wojtak, *Gatunki prasowe*, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2004, s. 11–28.

[12] Kody źródeł przykładów: GOL – GRYOnline.pl; GMZ – Gamezilla.pl; EGM – EUROGAMER.pl; GRM – Gram.pl; CDA – „CD-Action" (czasopismo papierowe).

absurdalna, *najbardziej szaleni*. Tak skonstruowane tytuły precyzyjnie informują, czego dotyczy przegląd, a jeśli pojawia się konkretna liczba, informują też do pewnego stopnia o rozmachu i objętości tekstu. Rzadko dodaje się do tego schematu coś jeszcze, jak w przykładzie [3]. Tytuły w wersji kanonicznej są nastawione na informowanie, a nie gry językowe i zabawy formą typowe dla współczesnej prasy. Mają zaintrygować pomysłem na zestawienie, przyciągnąć uwagę ekstremalnością (*naj-*) i konkretem cenionym przez masowego odbiorcę.

W zebranym materiale znalazły się też tytuły częściowo realizujące omówioną poetykę lub całkowicie ją porzucające:

[4] *Najgorsze odsłony najlepszych serii* (GOL)
[5] *Najlepsze i najgorsze gry z uniwersum Star Wars* (EGM)
[6] *Grywalność skuta lodem* (CDA)
[7] *Gwiazdy niejednego tytułu* (CDA)

Przykłady [4] i [5] nie zawierają liczb, ale w zamian umieszczono w nich aż po dwa określenia w stopniu najwyższym, w dodatku przeciwstawne, co sprzyja przyciągnięciu uwagi. Tytuły [6] i [7], pochodzące z papierowego „CD-Action", nie realizują szablonu, lecz zbliżają się do poetyki współczesnych nagłówków prasowych – o treści mówią w sposób zawoalowany, zagadkowy, by zaintrygować odbiorcę, a nie go poinformować. Tytuł [6] dotyczył przeglądu gier, w których świecie panuje niska temperatura i ma ona (mniejszy lub większy) wpływ na rozgrywkę; tytuł [7] zapowiadał przegląd bohaterów, którzy pojawili się w więcej niż jednej grze (z różnych serii).

Zebrane tytuły pokazują, że przeglądy zdecydowanie najczęściej dotyczą gier jako całości, które zwykle ocenia się ogólnie pod względem jakości i wybiera z najróżniejszych zbiorów: najlepsze lub najgorsze gry w danym czasie, należące do określonego gatunku, danej serii itd. Częstym obiektem jest także wybrany element gry (etap, bohater, rekwizyt – np. broń), oceniany ogólnie (*najlepsi skrytobójcy*) lub bardziej szczegółowo (np. *najbardziej szaleni przeciwnicy*, *najbardziej absurdalna broń*, *najdziwniejsze wyzwania*). Ostatnią, najmniej liczną grupę tworzą elementy związane z otoczeniem gry w świecie realnym (np. wydawcy – ich wypowiedzi, działania, sukcesy bądź porażki).

Zdecydowana większość analizowanych tekstów zawierała lid (80% przykładów). Zwykle był on dość lakoniczny i rozwijał nieco informację zawartą w tytule. Na przykład przegląd *10 tegorocznych gier, które mogą nas sromotnie rozczarować* miał następujący lid:

[8] W tym roku czeka nas jeszcze sporo ciekawych gier. Część z nich to pewniaki, które można spokojnie brać w dniu premiery, ale są też gry, które mogą nas mocno rozczarować. Oto 10 takich tytułów.

Przegląd pt. *Broń, która definiuje FPS-y – czego w strzelankach zabraknąć nie może?* zaczynał się od:

[9] Karabin, pistolet, strzelba, snajperka, ładunki wybuchowe – przez lata w strzelaninach pierwszoosobowych wyłonił się pewien stały zestaw broni, towarzyszących nam w większości tytułów. Jakie były te najbardziej znaczące, które inspirowały kolejne gry? (GOL)

Przegląd *Nie tylko Worms i Heroes III – w co pececiaki mogą grać na jednym ekranie?* został zapowiedziany następująco:

[10] Kilka osób bawiących się przed jednym ekranem? To nie pieśń przeszłości – takie gry wciąż powstają! (GRM)

Typowy lid przynosił niewiele nowych treści, nie przykuwał też uwagi, gdyż był czysto informacyjny – przykład [8]. Odstępstwem od tej konwencji były czasem lidy interakcyjne, jak w cytatach [9] i [10], które przez postawienie pytania ożywiały przekaz i mogły zaktywizować odbiorcę.

Podobna jest sytuacja z fragmentem korpusu pomiędzy lidem a segmentem dotyczącym pierwszego obiektu, który nazywam wprowadzeniem. Składał się on z maksymalnie kilku akapitów (nierzadko z jednego, choć czasem obszernego) i wystąpił w ok. 70% tekstów.

Przykłady:

[11] Zwierzęta jeszcze nigdy nie odgrywały tak dużej roli w popularnej serii Ubisoftu. Jako postać odpowiedzialna za jednoczenie ludu Łindża, możemy w Far Cry Primal dosiąść wiele gatunków, w tym nawet kota, choć nie jest to rzecz łatwa.
Każdy gatunek jest inny i nie powiela wzajemnie swoich zachowań. Zapraszamy do zapoznania się z listą siedmiu najciekawszych zwierząt w grze. Kolejność przypadkowa. (*7 najciekawszych zwierząt w Far Cry Primal*, EGM)

[12] Burza, jaką rozpętały niedawne słowa oraz decyzje Petera Molyneux to dobry moment, aby przyjrzeć się bliżej twórcom gier i ich obietnicom, jakimi niegdyś nas karmili oraz kompletnie nietrafionym prognozom. Przed Wami zestawienie piętnastu największych bzdur, jakie usłyszeliśmy na przestrzeni ostatnich lat. Wybraliśmy je, biorąc pod uwagę ich miejsce na skali absurdalności czy też swoisty tupet, jakim popisano się podczas ich wypowiadania. (*15 największych bzdur prosto z ust twórców gier*, GOL)

[13] Noc. Megamiasto gdzieś w Azji. Gigantyczne wieżowce wymalowane w barwy międzynarodowych korporacji. Policja tocząca wieczną, skazaną na porażkę wojnę z dilerami syntetycznych narkotyków i cyfrowych tripów. Napchane cyberwszczepami szumowiny krążące od jednego klubu do drugiego. Hakerzy gotowi za odpowiednią cenę zanurkować w najniebezpieczniejsze rejony Sieci. Jeden człowiek z misją, ostatni sprawiedliwy, detektyw, a może netrunner, który poznał sekrety rządzących światem korporacji. Ty. Cyberpunk, mimo że pojawił się stosunkowo niedawno, przyniósł już wiele niezapomnianych dzieł literackich, filmowych, komiksowych i muzycznych. W tak szerokim gatunku nie mogło oczywiście zabraknąć gier wideo, chociaż nie ma ich znowu aż tak wiele. W oczekiwaniu na kolejną odsłonę serii Deus Ex przedstawiamy kilka najważniejszych – naszym zdaniem – cyberpunkowych tytułów. (*6 najlepszych gier cyberpunkowych*, EGM)

W wielu wypadkach wprowadzenie powtarza informacje z tytułu i lidu, wzbogacając je o garść szczegółów dotyczących omawianego gatunku, cyklu itp. – ilustrują to przykłady [11] i [12]. Nieco bogatsze wprowadzenie [13] jest zbudowane tak, że przed akapitem „standardowym" jest dodatkowy, obrazowo wyjaśniający, czym jest cyberpunk jako nurt obecny nie tylko w grach wideo, ale również w literaturze i filmie.

Typowe elementy wprowadzenia to: wyjaśnienie, dlaczego akurat teraz pojawia się taki przegląd (w przykładach – premiery nowych gier, wypowiedź znanej postaci z branży gier wideo); deklaracja, że zestawienie jest subiektywne – *naszym zdaniem* [13] (odróżnia to przegląd np. od rankingu, w którym autorzy starają się stosować jasne i dążące do obiektywności kryteria oceny); informacja, że kolejność omawiania obiektów jest przypadkowa.

We wprowadzeniach – w przeciwieństwie do tytułów i lidów – są obecne elementy metatekstowe i fatyczne. Autorzy piszą wprost o swoich działaniach związanych z przygotowaniem tekstu (w czasie przeszłym – *wybraliśmy*) lub zapowiadają, co będzie w tekście (w czasie teraźniejszym – *przedstawiamy*, *zapraszamy*). Fatyczność przejawia się w bezpośrednich, nieoficjalnych zwrotach do odbiorcy – *przed Wami* [12] – jak również w czasownikach realizujących MY inkluzywne – *możemy* [11], *usłyszeliśmy* [12]. Zjednywanie odbiorcy polega też na zachęcaniu go do wyrażania opinii w komentarzach na forum – wrócę do nich podczas omawiania aspektu pragmatycznego.

Oba elementy początkowe: lid i wprowadzenie często nie wnoszą wielu nowych, istotnych treści. Wyglądają na projektowane z obowiązku i bez pomysłu. Łatwo byłoby z nich zrezygnować.

Główna część korpusu to zbiór segmentów dotyczących kolejnych obiektów prezentowanych w przeglądzie. Każdy z kilku–kilkunastu segmentów jest zatytułowany i zawiera zwykle jeden, dwa lub trzy akapity tekstu oraz jedną ilustrację (rzadziej dwie), najczęściej w postaci kadru z danej gry (tzw. zrzut ekranu). Kolejność słowa i obrazu bywa różna: ilustracja może poprzedzać tekst, tkwić pomiędzy akapitami (oczywiście tylko wtedy, gdy są co najmniej dwa) albo też zamykać segment.

Segmenty w przeglądach są układane na trzy sposoby: dwa występowały w portalach internetowych, trzeci – tylko w papierowym czasopiśmie. Pierwszy sposób to układ klasyczny, linearny: segmenty poświęcone kolejnym elementom przeglądu pojawiały się jeden po drugim, czyli można zobaczyć cały tekst (przynajmniej teoretycznie, ponieważ zawsze jest dłuższy niż jeden ekran). Tytuły kolejnych segmentów są śródtytułami całego przeglądu. Przykładami są przeglądy w serwisach Gram.pl (np. *Dla graczy z benzyną we krwi – przegląd najciekawszych gier wyścigowych 2016*), GRYOnline.pl (np. *Najlepsze strzelaniny osadzone*

w realiach II wojny światowej) czy Eurogamer.pl (np. *10 najlepiej zarabiających gier wszech czasów*).

W drugim internetowym wariancie kompozycyjnym odbiorca widzi tylko jeden segment korpusu przeglądu, zaś pozostałe są na kolejnych podstronach – trzeba kliknąć, żeby przejść do kolejnego[13]. Taki układ jest wygodniejszy dla czytelnika (nie musi przewijać strony), a ponadto może go bardziej intrygować i angażować. Czytelnik odkrywa bowiem stopniowo, jakie obiekty zakwalifikowano – w układzie klasycznym brak takiego elementu nowości, świeżości, a może i zaskoczenia. Ten schemat strukturalny pojawiał się np. w portalach Gamezilla.pl (np. *10 obiecujących gier, które zaginęły w akcji*) oraz GRYOnline.pl (np. *Broń, która definiuje FPS-y – czego w strzelankach zabraknąć nie może*). Na kolejnych podstronach widać cały czas tytuł i lid przeglądu – wspólny mianownik kolejnych segmentów.

W tradycyjnym czasopiśmie przegląd wygląda inaczej: każdy z segmentów zajmuje określony wycinek strony wyraźnie wydzielony graficznie, np. ramką i/lub kolorową aplą. Segmenty są rozmieszczone obok siebie, zwykle na dwóch sąsiednich stronach (rzadziej na trzech). W efekcie najczęściej wszystko widać od razu, ale trudniej wskazać zaplanowaną przez autora kolejność segmentów. Odbiorcy niczego się nie sugeruje, może czytać tak, jak ma ochotę.

„Ramkowy" układ przeglądu występuje nie tylko w mediach dla graczy, lecz także w innych typach współczesnej prasy wyspecjalizowanej, zwłaszcza w kolorowych magazynach. Zbiory notek ze wspólnym zwieńczeniem tekstowym przypominają strony albumu, wiele je też łączy z opisywanymi przez Marię Wojtak gatunkami w formie kolekcji[14].

Istotną cechą korpusu przeglądu (w każdym wariancie kompozycyjnym) jest nikłe powiązanie strukturalne tworzących go segmentów[15]: kolejność nie ma większego znaczenia, zarówno podczas tworzenia tekstu, o czym autorzy nierzadko informują w lidzie czy we wprowadzeniu, jak i podczas lektury (każda wybrana kolejność jest dobra)[16]. W jednym z serwisów, stosującym często

[13] W badanym materiale występowała też sytuacja, że na kolejnych podstronach umieszczano po dwa obiekty.

[14] M. Wojtak, *Gatunek w formie kolekcji a kolekcja gatunków*, „Poznańskie Spotkania Językoznawcze", t. 15, red. Z. Krążyńska, Z. Zagórski, Wydawnictwo Poznańskie Studia Polonistyczne, Poznań 2006.

[15] Czasami początek segmentu zawiera elementy odnoszące się do struktury (np. *Valentino Rossi: The Game to kolejna w tym zestawieniu motocyklowa produkcja*), ale ich usunięcie nie wpłynęłoby negatywnie ani na treść, ani na kompozycję tekstu.

[16] Brak struktury może być argumentem przeciwko tekstowości przeglądu – nie jest to bowiem zaplanowany układ elementów nieprzestawialnych i niewymienialnych. Segmenty nie są jednak w pełni samodzielne.

układ z podstronami, otwarcie zachęca się do eksperymentowania z kolejnością czytania[17].

W kilku zaledwie przypadkach autor ułożył obiekty według określonego klucza i poinformował o tym w tekście. Było to jednak zawsze uporządkowanie formalne (kolejność alfabetyczna lub chronologiczna), a niezwiązane np. z natężeniem cechy kwalifikującej obiekty do przeglądu.

Ostatni możliwy element struktury tekstu, czyli zakończenie, w przeglądach bardzo często jest pomijany, żadnych treści podsumowujących nie znajdziemy też zazwyczaj w segmencie umieszczonym (zwykle przypadkowo) jako ostatni. Zakończenie pojawiło się w zaledwie kilku przeglądach, a i wtedy bywało symboliczne, np.:

[14] A Wy? Jakich gier chcielibyście otrzymać kontynuacje? (*Sześć gier, które powinny otrzymać kontynuacje*, GRM)

[15] Uważacie, że w naszym rankingu zabrakło jakichś wyjątkowo absurdalnych rodzajów broni? Dajcie znać w komentarzach. (*Najbardziej absurdalna broń w grach wideo*, EGM)

W małej objętości kryje się równie uboga treść – zachęcenie odbiorców do aktywności na forum pod artykułem. Ci autorzy, którzy taki apel umieścili już we wprowadzeniu, na ogół rezygnują ze zwieńczenia tekstu. Fatyczność realizuje się z wykorzystaniem zaimka *Wy* [14] i czasowników w 2. os. lm.: *chcielibyście* (*otrzymać*) [14], *uważacie, że…* [15], także w trybie rozkazującym – *dajcie* (*znać*) [15].

4. Przyczyny popularności przeglądu w prasie zajmującej się grami komputerowymi

Omówienie przyczyn popularności przeglądu wiąże się z charakterystyką aspektu pragmatycznego gatunku, według Marii Wojtak obejmującego między innymi obraz nadawcy i odbiorcy, cel komunikatu (potencjał illokucyjny), kontekst życiowy gatunku[18].

Dla nadawcy istotne może być to, że przegląd to forma wypowiedzi stosunkowo łatwa w tworzeniu, zarówno merytorycznie, jak i warsztatowo. Łatwość merytoryczna wynika z wtórności treści: żeby stworzyć przegląd, nie jest konieczna praca w terenie ani zdobywanie nowych informacji – wystarczy wybrać

[17] Niektóre wprowadzenia w serwisie Eurogamer.pl zawierają następujące treści: *Uważasz, że czytanie kolejnych stron jest zbyt nudne? Zaskocz sam siebie wybierając losową pozycję*; *Nie masz ochoty na porządek? W takim razie po prostu wybierz grę losowo*; *Możesz przejść do losowo wybranej strony, po prostu kliknij tutaj*; *Nie lubisz porządku? Kliknij tutaj, by przeczytać o losowo wybranej symulacji!*

[18] M. Wojtak, *Gatunki prasowe*, *op. cit.*, s. 16.

i skompilować dane już dostępne, opublikowane. Stosunkowo niewielka objętość pojedynczego segmentu sprawia, że wystarczą informacje podstawowe, nawet powierzchowne, a więc łatwo dostępne. Nie potrzeba wnikliwych analiz, uwagę przyciąga samo wyselekcjonowanie grupy obiektów przy użyciu wybranego klucza i przejrzyste zestawienie ich w jednym tekście. Piszący może wybrać właściwie dowolne kryterium kwalifikowania obiektów do przeglądu, możliwości jest więc nieskończenie wiele. Nie grozi mu zarzut stronniczości czy nierzetelności, ponieważ przegląd jest tworem na wskroś subiektywnym i nie rości sobie pretensji do ostatecznych rozstrzygnięć, przeciwnie – autor zwykle zaprasza czytelników do udziału w zabawie.

Tworzenie przeglądu jest też łatwe warsztatowo: nie trzeba planować kompozycji, bardzo łatwo regulować objętość tekstu, np. dodając lub opuszczając wybrane segmenty (choć w internecie problem nadmiaru nie ma większego znaczenia). Kolejne teksty powstają niejednokrotnie według szablonu opracowanego przez serwis.

Inną zaletą przeglądu, ważną dla nadawcy medialnego, jest to, że stanowi on wygodny sposób tematycznego nawiązania do bieżącej sytuacji, aktualnych lub zbliżających się wydarzeń itp. Przeglądy często publikuje się np. przed premierą gry należącej do znanej, długiej serii – kolejna część cyklu to doskonały moment, by przypomnieć najlepsze wcześniejsze części. Istotnym wydarzeniem może być także premiera kinowa filmu ważnego dla kultury popularnej, np. przy okazji nowej części *Gwiezdnych wojen* (*Gwiezdne wojny: Przebudzenie Mocy*, USA 2015, reż. J. J. Abrams) w większości portali można było znaleźć przegląd gier z uniwersum *Star Wars*. Zimą to dobry moment na przegląd gier, w których światach ważną rolę odgrywają niskie temperatury (wspomniany już przegląd *Grywalność skuta lodem* ukazał się w lutym), Halloween może być pretekstem do przeglądu najsłynniejszych komputerowych horrorów itd. W 30. rocznicę awarii w Czarnobylu ukazały się przeglądy: *Gry Czarnobylem napromieniowane* (GMZ), *Katastrofa w Czarnobylu w grach video – Wynoś się stąd, Stalkerze!* (GOL).

Przegląd jawi się jako atrakcyjny i przyjazny także dla typowego odbiorcy, którym w przypadku prasy growej jest tzw. cyfrowy tubylec. Krótkie porcje tekstu (segmenty) ułatwiają lekturę czytelnikowi przywykłemu do kilkusekundowych filmików i dynamicznej zmiany ujęć. Przejrzysta, schematyczna budowa nie wymaga wysiłku i szukania relacji między kolejnymi częściami. Można czytać wybiórczo i mieć pewność, że pominięcie jednego fragmentu nie utrudni zrozumienia pozostałych. Z kolejnymi segmentami można zapoznawać się w dowolnej kolejności, kierując się nagłymi impulsami, skojarzeniami itp.

Inną ogromną zaletą przeglądu jest wpisana w jego naturę interakcyjność, którą Maria Wojtak definiuje jako działania i zabiegi sprawiające, że „czytelnik

powinien się czuć aktywną stroną komunikacji, a więc osobą zapraszaną do komunikacyjnego współdziałania”[19] i ukazuje jej silną obecność w prasie wyspecjalizowanej[20]. Interakcyjność internetowych przeglądów opiera się na zaproszeniu do komentowania przeglądu, dyskutowania, uzupełniania:

[16] Zapewne i tak jest sporo poziomów, które pominęliśmy, a które chcielibyście na tej liście zobaczyć. Czekamy więc na Wasze sugestie w komentarzach! (*10 najbardziej pamiętnych etapów skradankowych…*, GOL)

[17] Znacie inne, arcytrudne i absurdalne zagadki w przygodówkach? Zachęcamy do pozostawienia komentarza. (*Pięć najdziwniejszych zagadek w historii gier*, EGM)

Takie treści mogą pojawić się i we wprowadzeniu [16], i w zakończeniu przeglądu [17]. Liczba i treść komentarzy dowodzą, że interakcyjność zmienia się w interaktywność: odbiorcy zgłaszają pozycje, które niesłusznie pominięto, i krytykują te, które z kolei niezasłużenie uwzględniono. Przykłady:

[18] Lipa! A gdzie „Medal of Honor” i „Black”? Gdzie AK-57? (*Broń, która definiuje FPS-y…*, GOL)

[19] Battlefield 4 nie był zły a grając w 3 i 4 wcale nie miałem wrażenia że gdzieś to widziałem. Zmian jest dość dużo a gra się przyjemnie. (*Top 25 niepotrzebnych sequeli…*, GMZ)

[20] *Medal of Honor* i *Call of Duty?* Słabe? Popierdoliło was w tej redakcji. (*Najgorsze odsłony najlepszych serii*, GOL)

Czytelnicy przeglądów dyskutują zarówno z autorami tekstu, jak i ze sobą nawzajem, a temperatura komentarzy bywa wysoka, jak w przykładzie [20].

Inna forma współtworzenia przeglądu to udział w internetowej sondzie zamieszczonej pod tekstem. Na przykład przeglądowi *Nie tylko Ezio i Altair, czyli najlepsi skrytobójcy w grach video* (GOL) towarzyszyła sonda, której wyniki przedstawione zostały na rycinie 1.

U źródeł popularności przeglądów leżą zapewne również tendencje typowe dla współczesnej kultury masowej i technopolu. Mowa tu o skłonności do zestawiania, szeregowania i opisywania wszystkiego za pomocą parametrów liczbowych. Przegląd nie jest w tym aż tak skrupulatny jak ranking czy test, ale wyrasta z tego samego podłoża. Drugą istotną tendencją kulturową jest ujmowanie rzeczywistości jako rywalizacji, wywodzące się ze sportu, a obecne współcześnie w wielu sferach życia. Ogromna liczba obiektów tego samego typu skłania do zabawy w kreowanie elity – dlatego za kolejną ważną przyczynę popularności przeglądu można uznać typową dla współczesnych mediów ludyczność. Może nie

[19] Eadem, *Interakcyjny styl komunikowania we współczesnej prasie*, [w:] eadem, *Rozłożone gazety. Studia z zakresu prasowego dyskursu, języka i stylu*, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2016, s. 123.

[20] *Ibidem*, s. 126–133.



Ryc. 1. Przykład sondy towarzyszącej przeglądowi

Źródło: GRYOnline.pl

mieć większego znaczenia, co jest zestawiane – bardziej liczy się samo szukanie i zestawianie. To dlatego pod przeglądami można znaleźć linki zapraszające do obejrzenia kolejnych podobnie skonstruowanych tekstów[21].

5. Zamiast podsumowania: pytanie o miejsce przeglądu na mapie gatunków prasowych

Za określeniem tożsamości genologicznej omówionych tekstów przemawia przede wszystkim ich wysoka rozpoznawalność (bardzo charakterystyczny tytuł i układ korpusu) oraz rozpowszechnienie w prasie wyspecjalizowanej, nieograniczające się do mediów komputerowych. Łatwo znaleźć takie teksty w czasopismach motoryzacyjnych (przykłady z tygodnika „Motor": *8 sytuacji, kiedy mogą*

[21] Przykład z portalu Eurogamer.pl – pod jednym z przeglądów czytamy: *Nudzisz się? Zobacz także: 10 pomysłów, które wykasowano z Wiedźmina 3*; *Gry, które zasługują na prawdziwy remake*; *Sequele, które nigdy nie powstały*; *Gry, które powinny trafić do kina*; *40 gier, które napisały historię FPS-ów*.

migać się od wypłaty; *16 pytań dotyczących kontroli*) czy w magazynach dla kobiet (przykłady z miesięcznika „Claudia": *Najmodniejsze makijaże na lato*; *55 wakacyjnych hitów Pani Gadżet, które przydadzą się podczas urlopu*). O żywotności i ekspansji modelu przeglądowego świadczy też funkcjonowanie wersji wideo (np. *Najtrudniejsze wybory, jakie podjęliśmy w grach*, tvgry.pl[22]; *Najzabawniejsze bugi w grach*, Eurogamer.pl).

Autorzy i redakcje nazywają swoje teksty rozmaicie:

[21] Tak, to będzie artykuł dokładnie o tym, o czym myślicie. (GMZ)
[22] Oto tekst o producentach gier, którzy nie bawili się w półśrodki i przy pierwszej nadarzającej się okazji pokazali graczom i konkurencji, że w mieście jest nowy szeryf. (GOL)
[23] Zapewne i tak jest sporo poziomów, które pominęliśmy, a które chcielibyście na tej liście zobaczyć. (GOL)
[24] W niniejszym zestawieniu postaraliśmy się jednak nie zapomnieć o najważniejszych częściach cyklu. (EGM)
[25] Dla graczy z benzyną we krwi – przegląd najciekawszych gier wyścigowych 2016. (GRM)

Jak widać, w użyciu są zarówno terminy ogólne, typu *tekst* czy *artykuł*, jak i bardziej szczegółowe, np. *lista*, *zestawienie* czy *przegląd*. To ostatnie określenie, mimo że nie jest szczególnie popularne, wydaje się dobrą (przynajmniej roboczo) nazwą dla omawianego typu tekstu. Słownikowe definicje słowa *przegląd* mówią, że jest to „zestawienie i przedstawienie najważniejszych wiadomości, faktów, wydarzeń itp. z jakiejś dziedziny"[23] albo „Przegląd filmów, przedstawień, wydarzeń, problemów itp. to przedstawienie lub przedstawianie ich w ramach jednego festiwalu, audycji, książki itp. […] Także festiwal, audycja, książka itp. zawierająca taki przegląd"[24].

Redakcje zawsze umieszczają przeglądy w dziale „Publicystyka". W istocie jednak w analizowanych tekstach współwystępują elementy charakterystyczne dla co najmniej kilku gatunków różnego typu (informacyjnych, publicystycznych, rozrywkowych). Nie wydaje się on z tego względu jedynie odmianą kompozycyjną artykułu publicystycznego[25]; nie można też nazwać go artykułem prze-

[22] Na tym portalu przegląd ma nową formułę – kolejne obiekty są wybierane i prezentowane przez kolejnych redaktorów.

[23] *Uniwersalny słownik języka polskiego*, red. S. Dubisz, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2003.

[24] *Inny słownik języka polskiego*, t. 1, red. M. Bańko, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2000, s. 302.

[25] Wariant kompozycyjny artykułu występuje w tekstach typu *5 powodów, dla których świat kocha Halo* (GRM) lub też *6 rzeczy, które sprawiają, że nie sposób oderwać się od Rainbow Six Siege* (GMZ). Mimo podobieństwa tytułów jest to odrębna kategoria, nieanalizowana w niniejszym opracowaniu. W typowym przeglądzie zestawia się osobne obiekty (czasem ich wspólnej cechy

glądowym, gdyż ten termin już funkcjonuje w sferze naukowej, gdzie oznacza coś innego[26].

Eksponowany przez autorów i typowy dla publicystyki subiektywizm przejawia się niewątpliwie na poziomie doboru kryterium i kwalifikacji obiektów, a także w argumentacji, jeśli takowa się w przeglądzie pojawia. W korpusie tekstu (w segmentach poświęconych kolejnym obiektom) często dominuje jednak informacja: podaje się daty, liczby, nazwiska i wiele innych, obiektywnych danych związanych z grami. Zwykle nie są to jednak informacje o bieżących zdarzeniach (jak w typowej wiadomości medialnej), ale informacje o przeszłości, a niekiedy o przyszłości (np. *10 najlepiej zapowiadających się gier VR – jakie światy niedługo zastąpią naszą rzeczywistość?*, GMZ). Do informowania (funkcja referencyjna) i oceniania (funkcje ekspresywna i perswazyjna) należy jeszcze koniecznie dodać funkcję ludyczną, typową np. dla felietonistyki. W szukaniu i zestawianiu tkwi niewątpliwie pierwiastek zabawy, a im bardziej oryginalny i zaskakujący pomysł na przegląd, tym więcej autokreacji autora.

Nie sposób wreszcie nie dostrzec w przeglądzie pokrewieństwa z rankingiem – gatunkiem bardzo częstym w prasie, zwłaszcza technicznej (a gra komputerowa tkwi między światami techniki i kultury, co widać w rozmaitych tekstach growych[27]). Nie można jednak przeglądu i rankingu utożsamić, na co zwracają uwagę autorzy badanych tekstów: nigdy nie nazywają ich rankingami, przeciwnie – zdarza im się podkreślać, że ich publikacja rankingiem nie jest. Podstawą typowego rankingu jest bowiem uszeregowanie analizowanych obiektów drogą wielostronnej oceny ich istotnych wymiarów przy użyciu liczb, zaś przegląd ogranicza się do przedstawienia grupy obiektów najlepiej (według subiektywnej oceny autora) spełniających wybrane kryterium, choćby najbardziej wymyślne lub zaskakujące. W tej elitarnej grupie nie ma już hierarchii ani kolejności; nie ma punktów, procentów, zwycięzców i przegranych. Przegląd nie jest też pomyślany – w przeciwieństwie do wielu rankingów – jako pomoc w decyzjach zakupowych.

---

nie widać na pierwszy rzut oka), tu skupiamy się na cechach jednej gry (lub innego obiektu), a celem artykułu jest uzasadnienie postawionej tezy za pomocą określonej liczby argumentów wyodrębnionych kompozycyjnie i/lub graficznie. Tytuły takich tekstów dają się przekształcić na *5 argumentów za tym, że…* – takiej operacji nie da się wykonać na tytule typowego przeglądu.

[26] Artykuł przeglądowy to „artykuł naukowy stanowiący podsumowanie aktualnego stanu wiedzy w danym obszarze badawczym. […] integruje i interpretuje dotychczasowe wyniki oryginalnych badań naukowych, nie musi natomiast zawierać oryginalnych wyników badań", por. *Komunikat Ministra Nauki i Szkolnictwa Wyższego z dnia 2 czerwca 2015 roku w sprawie kryteriów i trybu oceny czasopism naukowych*, http://www.biblioteka.pswbp.pl/images/stories/dorobek_naukowy/2015/komunikat%20z%2002.06.2015%20w%20sprawie%20kryteriw%20i%20trybu%20oceny%20czasopism%20naukowych.pdf [dostęp: 3.05.2016].

[27] Por. K. Kaszewski, *op. cit.*

Bibliografia

„CD Action" na czele sprzedaży. „Chip" z największym spadkiem w styczniu, http://www.wirtualnemedia.pl/artykul/cd-action-na-czele-sprzedazy-chip-z-najwiekszym-spadkiem-w-styczniu [dostęp: 3.05.2016].

Inny słownik języka polskiego, red. M. Bańko, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2000.

Kaszewski K., *Recenzja gry komputerowej – między techniką a kulturą*, [w:] *Gatunki mowy i ich ewolucja*, t. 5: *Gatunek a granice*, red. D. Ostaszewska, J. Przyklenk, Wydawnictwo UŚ, Katowice 2015.

Komunikat Ministra Nauki i Szkolnictwa Wyższego z dnia 2 czerwca 2015 roku w sprawie kryteriów i trybu oceny czasopism naukowych, http://www.biblioteka.pswbp.pl/images/stories/dorobek_naukowy/2015/komunikat%20z%2002.06.2015%20w%20sprawie%20kryteriw%20i%20trybu%20oceny%20czasopism%20naukowych.pdf [dostęp: 3.05.2016].

Sieja B., *Historia pism o grach*, „CD-Action" 2013, nr 7, 8, 9, 10, 11.

Uniwersalny słownik języka polskiego, red. S. Dubisz, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2003.

Wojtak M., *Gatunek w formie kolekcji a kolekcja gatunków*, „Poznańskie Spotkania Językoznawcze", t. 15, red. Z. Krążyńska, Z. Zagórski, Wydawnictwo Poznańskie Studia Polonistyczne, Poznań 2006.

Wojtak M., *Gatunki mowy charakterystyczne dla prasy motoryzacyjnej*, „Prace Językoznawcze" t. 8, Wydawnictwo UWM, Olsztyn 2006.

Wojtak M., *Gatunki prasowe*, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2004.

Wojtak M., *Interakcyjny styl komunikowania we współczesnej prasie*, [w:] M. Wojtak, *Rozłożone gazety. Studia z zakresu prasowego dyskursu, języka i stylu*, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2016.

Wojtak M., *Kunszt stylizatorski w artykułach z prasy wyspecjalizowanej*, [w:] M. Wojtak, *Rozłożone gazety. Studia z zakresu prasowego dyskursu, języka i stylu*, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2016.

Monika Worsowicz
Uniwersytet Łódzki

REKOMENDACJE I ICH WPŁYW NA CHARAKTERYSTYKĘ GATUNKOWĄ OGÓLNOTEMATYCZNEJ PRASY PORADNIKOWEJ DLA KOBIET

Szeroko rozumiane poradnictwo stanowi jeden z najbardziej wyrazistych elementów panoramy współczesnych mediów. Łatwo dostępne, nieograniczone tematycznie, użyteczne może być zarówno treścią przekazów, jak i sprzyjać aktywizowaniu użytkownika w kontakcie z nowymi narzędziami komunikacji cyfrowej. Duże zapotrzebowanie na szybkie i praktyczne porady sprawia, że w przestrzeni medialnej z powodzeniem koegzystują doradcy profesjonalni i amatorzy, entuzjaści i wyrobnicy, hobbyści i przygodni pomocnicy[1]. Wszyscy oni mają do dyspozycji środki pozwalające uczynić z przekazu poradnikowego komunikat o wysokim stopniu kreatywności i atrakcyjności, a badaczom dostrzegać nawet zjawisko *guidetainment*, czyli kompilacji poradnictwa i rozrywki[2].

Mając świadomość niezwykłej rozległości obszaru potencjalnych badań, a zarazem istnienia szczególnej dysproporcji w ukierunkowaniu dociekań naukowych, skoncentrowanych głównie na dziedzinach, takich jak pedagogika, doradztwo zawodowe, życie rodzinne, rolnictwo oraz teoria poradoznawstwa, poświęcę swoją uwagę wąskiemu kręgowi zagadnień, w moim przekonaniu dobrze obrazującemu aktualną specyfikę przekazów poradnikowych, nie tylko prasowych. Jest nim wpływ treści komercyjnych na efekty pracy dziennikarzy (teksty) i finalny produkt działalności redakcji, jakim jest numer czasopisma. Przyjmuję genologicz-

[1] Zob. opracowania monograficzne z ostatnich lat, np.: *Wielowymiarowość poradnictwa w życiu człowieka. Wybrane obszary*, red. D. Kukla, Wydawnictwo Difin, Warszawa 2009; *Poradnictwo w kulturze indywidualizmu*, red. E. Zierkiewicz, V. Drabik-Podgórna, Oficyna Wydawnicza Atut – Wrocławskie Wydawnictwo Oświatowe, Wrocław 2010; E. Siarkiewicz, *Przesłonięte obszary poradnictwa. Realia, iluzje, ambiwalencje*, Oficyna Wydawnicza Uniwersytetu Zielonogórskiego, Zielona Góra 2010; *Poradnictwo. Kolejne przybliżenia*, red. M. Piorunek, Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń 2011; *Dobra rada nie zawada. Rady, porady, poradniki w języku, literaturze i kulturze*, red. W. Żarski, B. Staniów, Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa, Koszalin 2010; *Centrum i peryferie współczesnego poradnictwa*, red. E. Zierkiewicz, A. Ładyżyński, Wydawnictwo Chronicon, Wrocław 2014; *Dymensje poradnictwa i wsparcia społecznego w perspektywie interdyscyplinarnej*, red. M. Piorunek, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza, Poznań 2015.

[2] Zob. O. Dąbrowska-Cendrowska, *Guidetainment w polskich mediach – analiza zjawiska na wybranych przykładach*, „Media i Społeczeństwo" 2015, nr 5, s. 35–53.

ną perspektywę widzenia problemu, opierając się na egzemplifikacjach zaczerpniętych z numerów ogólnotematycznej prasy poradnikowej dla kobiet wydanych w pierwszym kwartale 2016 roku[3]. Opis konkretnych przykładów wymaga jednak zarysowania tła rozważań, uwzględniającego zarówno aspekt prasoznawczy, jak i gatunkowy.

Omawiany segment prasy został bardzo dobrze dostosowany do uwarunkowań dziennikarstwa poradnikowego, spełniającego kilka istotnych funkcji – od klasycznej doradczej, poprzez dydaktyczną, informacyjną, aktywizującą, integrującą, propagandową, aż po modelującą i rozrywkową[4]. Zawartość periodyków jest uporządkowana w ramach powtarzalnej struktury, obejmującej kolejne działy tematyczne (moda/styl, uroda, zdrowie/medycyna, kulinaria, ludzie/rodzina/psychologia, dom/wnętrze, prawo, relaks), uzupełnianej o nieliczne publikacje poświęcone aktualnościom kulturalnym, miejscom wartym zwiedzenia i tematom okazjonalnym (np. walentynki). W ostatnich latach można również zauważyć tendencję do poszerzania kolekcji tematów o sylwetki i wywiady ze znanymi osobistościami, niekiedy również materiały celebrycko-plotkarskie, co zbliża prasę poradnikową do segmentu periodyków *people*[5]. Ta ostatnia zmiana służy uprzyjemnieniu lektury, gdyż tradycyjne treści poradnikowe kierowane do kobiet kreują trudny do przyswojenia i zrealizowania model przedsiębiorczej menedżerki rodziny, umiejętnie łączącej role matki, żony i pracowniczki, świetnej organizatorki oraz opiekunki, zarazem jednak chętnie korzystającej z oferowanej jej pomocy[6].

---

[3] Są to dwutygodniki i miesięczniki pozycjonowane jako poradnikowe, należące do liderów czytelnictwa w kategorii pism kobiecych na rynku polskim i wydawane przez czołowe koncerny wydawnicze (Burda Publishing Polska, Wydawnictwo Bauer, Edipresse Polska): „Claudia", „Dobre Rady", „Kobieta i Życie", „Naj", „Olivia", „Pani Domu", „Poradnik Domowy", „Przyjaciółka", „Świat Kobiety", „Tina" (zob. *Pisma poradnikowe z najwyższą sprzedażą po trzech kwartałach. „Życie na Gorąco. Retro" w czołówce (top 132 miesięczniki)*, http://www.wirtualnemedia.pl/artykul/pisma-poradnikowe-z-najwyzsza-sprzedaza-po-trzech-kwartalach-zycie-na-goraco-retro-w-czolowce-top-132-miesieczniki [dostęp: 11.04.2016]). Wysokość sprzedaży wydań drukowanych waha się między 120 tys. egz. („Naj") a 340 tys. egz. („Kobieta i Życie") (dane ZKDP za 2015 rok).

[4] Więcej zob. M. Worsowicz, *Stylistyczne uwikłania artykułu poradnikowego (na przykładzie ogólnotematycznej prasy poradnikowej dla kobiet)* [w druku].

[5] Zjawisko to zachodzi również w odwrotną stronę – teksty o charakterze poradnikowym, liczniejsze i większe niż wcześniej, wzbogacają zawartość kolorowych pism rozrywkowych poświęconych ludziom. Ekspansję poradnictwa można również zaobserwować na łamach przewodników po programach telewizyjnych, w prasie parentingowej, wnętrzarskiej, a nawet w kobiecych miesięcznikach luksusowych.

[6] Por. E. Zierkiewicz, *Prasa jako medium edukacyjne. Kulturowe reprezentacje raka piersi w czasopismach kobiecych*, Oficyna Wydawnicza „Impuls", Kraków 2013, s. 30.

W poradnikach prasowych można także obserwować ewolucję form obecności na łamach treści komercyjnych. Tradycyjna reklama prasowa w postaci większych lub mniejszych materiałów graficzno-tekstowych, odpowiednio oznaczonych, i zwykle wizualnie znacznie różniąca się od publikacji dziennikarskich, coraz częściej wypierana jest przez teksty sponsorowane, stylistycznie i edytorsko naśladujące materiały redakcyjne oraz subtelniejsze advertoriale, tj. publikacje łączące treści reklamowe i dziennikarskie[7]. Forma, która jest przedmiotem prezentowanej dalej analizy, określana przeze mnie mianem *rekomendacji*, wykazuje pokrewieństwo zarówno z tekstami sponsorowanymi, jak i advertorialami oraz typową reklamą. Może przypominać również – najlepiej znane z telewizji – tzw. lokowanie produktu (*product placement*), czyli włączanie towaru lub usługi (bądź informacji o nich) do scenariusza przekazu jako jego integralnego składnika dla wywołania skutków reklamowych[8]. Wszystkie wymienione formy łączy bardzo chwiejna równowaga między dążeniem do ukrycia komercyjnego charakteru publikacji a zapotrzebowaniem na jej promocyjną wyrazistość.

W odniesieniu do gatunkowej charakterystyki prasy poradnikowej (jako segmentu prasy wyspecjalizowanej) należy powtórzyć za Marią Wojtak i Ewą Bulisz tezę o obecności w niej zjawiska redukcjonizmu genologicznego. Polega ono na usuwaniu z pola widzenia czytelniczek niektórych form tradycyjnego dziennikarstwa, jak komentarz, artykuł publicystyczny, esej czy felieton[9]. Zastępujące je modyfikacje gatunkowych konwencji lub twory nowe, często wielokształtne i nieustabilizowane, znacząco poszerzają repertuar oryginalnych rozwiązań dostosowanych do nieszablonowego layoutu pism[10]. Taki przekaz wymyka się trady-

[7] Zob. *ibidem*, s. 33. Zdaniem E. Zierkiewicz obecnie to advertoriale, nie zaś materiały redakcyjne decydują o pozycjonowaniu pism i ich przypisaniu do tzw. niższej lub wyższej półki (*ibidem*, s. 36). Mogą mieć one postać np. sklejki poradnikowo-reklamowej, polegającej na publikowaniu na sąsiadujących kolumnach dziennikarskiego tekstu poradnikowego i reklamy o wspólnym temacie.

[8] W badanym materiale *product placement* w postaci wzmianki złożonej z nazwy produktu oraz jego ceny, „mimochodem" włączonej w poradę pojawiło się np. w numerze 5 „Tiny" (s. 14–15). O lokowaniu produktu jako działaniu z pogranicza reklamy i PR zob. K. Kumor, *Społeczna recepcja product placement*, [w:] *Społeczna recepcja Public Relations*, red. K. Kubiak, Wyższa Szkoła Promocji, Warszawa 2011, s. 2–4, http://wsp.pl/file/820_411381205.pdf [dostęp: 22.03.2016]; A. Choliński, *Product placement. Planowanie, kreacja i pomiar skuteczności*, Wolters Kluwer Polska, Warszawa 2013, s. 17–18; K. Grzybczyk, *Lokowanie produktu. Zagadnienia prawne*, Wolters Kluwer Polska, Warszawa 2012, s. 11, 18.

[9] Wyjątkiem wśród badanych pism jest „Poradnik Domowy", w którym ukazuje się felieton Beaty Pawlikowskiej.

[10] Zob. M. Wojtak, *Kunszt stylizatorski w artykułach z prasy wyspecjalizowanej*, [w:] eadem, *Rozłożone gazety. Studia z zakresu prasowego dyskursu, języka i stylu*, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2015, s. 81–93; E. Bulisz, *Redukcjonizm genologiczny we współczesnej prasie poradnikowej dla kobiet*, „Stylistyka" 2014, t. 23, s. 397–414.

cyjnym klasyfikacjom i opisom genologicznym, a badacza „skazuje" na częstsze odwoływanie się do kategorii „okazów"[11].

Potwierdzeniem powyższych uwag jest fakt zidentyfikowania w badanym materiale, nie tak bardzo obszernym, około dwudziestu schematów gatunkowych, różnorodnie realizowanych[12]. Są to zarówno tradycyjne miniporady w kształcie sygnału, porady ekspertów czy przepisy kulinarne, oryginalniejsze metamorfozy oraz wyborniki, jak i bliskie wypowiedziom użytkowym testy autodiagnostyczne czy quizy, a nawet wielogatunkowe raporty i rozbudowane kolaże. Spośród nich do dokładniejszej analizy wybrałam formę, którą można uznać za jedną z najbardziej charakterystycznych dla omawianego segmentu prasy, ujawniającą silnie już w nim zakorzenioną tendencję do łączenia funkcji doradzania z rozbudzaniem i utrwalaniem postawy konsumpcyjnej wśród czytelniczek. Masowe publikowanie rekomendacji, przede wszystkim w prasie poradnikowej i tzw. shoppingowej, jest obecnie jedną ze standardowych metod współpracy redakcji z reklamodawcami[13].

Wizualno-tekstowy wzorzec konstrukcyjny rekomendacji przewiduje łączenie nagłówka, zdjęcia i wypowiedzi perswazyjnej w postaci zachęty lub wskazówki ze składnikiem informacyjnym (można go określić mianem *metki*), odnoszącym się do konkretnego produktu i zawierającym dane na temat jego nazwy, producenta lub miejsca, w którym jest dostępny, oraz ceny. Rekomendacje, występujące najczęściej w zbiorach sygnowanych tematem (np. Moda – trendy) lub komunikatem perswazyjnym (np. Warto spróbować[14]), mogą stanowić publikację samodzielną lub być składnikiem kolekcji gatunków, zwykle podporządkowanej

[11] Według określenia M. Wojtak – zob. eadem, *Gatunki prasowe*, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2004, s. 309.

[12] Więcej o gatunkach w prasie poradnikowej zob.: J. Smól, *Lingwistyka tekstu i teoria dyskursu medialnego w analizie porad prasowych*, [w:] *Współczesne nurty badawcze młodych naukowców*, red. D. Czajkowska-Ziobrowska, M. Gwoździcka-Piotrowska, Instytut Naukowo-Wydawniczy „Maiuscula", Poznań 2010, s. 263; E. Ficek, *Formy (i dzisiejsze normy) poradnictwa prasowego – analiza genologiczna*, [w:] *Gatunki mowy i ich ewolucja*, t. 5: *Gatunek a granice*, red. D. Ostaszewska, J. Przyklenk, Wydawnictwo UŚ, Katowice 2015, s. 230–237; M. Wojtak, *Osobliwe byty gatunkowe i tekstowe w ich uwikłaniach komunikacyjnych*, [w:] *Gatunki mowy i ich ewolucja*, t. 4: *Gatunek a komunikacja społeczna*, red. D. Ostaszewska przy współudziale J. Przyklenk, Wydawnictwo UŚ, Katowice 2011, s. 47–49; M. Worsowicz, *Nowatorstwo tekstów poradnikowych (wybrane przykłady prasowe)*, „Acta Universitatis Lodziensis. Folia Litteraria Polonica" 2013, t. 13, s. 405–413.

[13] Należy podkreślić, że zarówno samodzielne rekomendacje, jak i często publikacje poradnikowe, w skład których one wchodzą, są anonimowe. Więcej o znaczeniu łączenia poradnictwa i reklamy w przekazie prasowym skierowanym do kobiet zob. E. Zierkiewicz, *Prasa jako…*, *op. cit.*, s. 35–36.

[14] W „Tinie" (nr 5, s. 18) rekomendacjom towarzyszy winieta „Inspiracje"; w moich analizach gatunków prasy poradnikowej używam tego określenia w innym znaczeniu, o czym w dalszej części artykułu.

wspólnemu tematowi albo dopełniać samodzielny tekst informacyjny czy poradnikowy[15]. W publikacjach autonomicznych zachęta/wskazówka bywa bardzo zwięzła, zaś w nieautonomicznych dochodzi zwykle do redukcji zarówno komunikatu, jak i nagłówka[16], co upodabnia je do prostej informacji handlowej o produkcie.

Standardowo rekomendacjom towarzyszy wprowadzenie (niekiedy graficznie stylizowane na lid), ujawniające kryterium doboru rekomendowanych przedmiotów, niekiedy również podkreślające ich atrakcyjność:

[nagłówek] *Niech żyją kontrasty*

[wprowadzenie] Z pozoru niepasujące do siebie kolory potrafią pomóc przy stworzeniu idealnej sylwetki. Zastosowane nawet na niewielkim fragmencie ubrania przykuwają uwagę. (O, 4, 10)[17]

[nagłówek] *Nowości na półce*

[wprowadzenie] Kupując gotowe produkty, warto zwracać uwagę nie tylko na ich rozsądną cenę, ale i dobrą jakość. Oto sklepowe nowinki, które łączą obie te zalety. (T, 2, 55)

Redakcje polecają zazwyczaj towary z dziedziny mody, urody, zdrowia i medycyny, rzadziej kulinariów i wyposażenia wnętrz; zdarza się, że funkcję rekomendującego pełni ekspert (C, 2, 52–55) lub dziennikarki z czasopisma (DR, 2, 24–26)[18]. Podobnie jak w przypadku typowego nadawczego „my" (redakcja), wypowiedź utrzymana jest w tonie zachęty, nawet entuzjazmu, a mobilizowanie do zakupu opiera się na dialogowym eksponowaniu korzyści, budowaniu poczucia wyjątkowości i zmysłowej przyjemności:

Gości zachwyci herbata ze słodką nutą karmelu. Bardzo kobieca. (DR, 3, 63)

Wybierasz się na przyjęcie, a nie chcesz wydawać fortuny na kreację? Słusznie! Postaw, tak jak znane z dobrego stylu panie (na zdj. Edyta Herbuś) na okazałe kolczyki i pudełkową kopertówkę, która mieni się niczym najdroższa kolia. Taki duet to wytworne towarzystwo dla każdej małej czarnej. (T, 2, 18)

Tak pachnie miłość i… zakochana kobieta. Woda jest zmysłowa, romantyczna, a dla nas – po prostu wyjątkowa na co dzień! (ŚK, 3, 142)[19]

---

[15] Na przykład tzw. metamorfozy, teksty kosmetyków, instrukcje wykonania makijażu. Ze względów komercyjnych najodpowiedniejsze dla rekomendacji są tematy szerokie, takie jak porządki domowe czy remonty, pozwalające zaprezentować różnorodne produkty.

[16] Funkcję nagłówka może pełnić początek komunikatu perswazyjnego rekomendacji.

[17] Lokalizując egzemplifikacje, podaję w nawiasie skrót nazwy czasopisma, jego numer, numer strony.

[18] Inna nazwa takiej postaci rekomendacji to *testimonial* – zob. *Słownik terminologii medialnej*, red. W. Pisarek, Universitas, Kraków 2006, s. 185 (hasło: *rekomendacja*).

[19] Przykładem kuriozalnej pod względem językowym rekomendacji jest materiał z „Przyjaciółki" (nr 5, s. 22), w którym we wprowadzeniu poleca się ***najciekawsze*** *kosmetyki z polskich sklepów*, a jednym z czterech rekomendowanych produktów jest krem Nivea, opisany jako *Krem nawilżający dla dzieci i dorosłych, przeznaczony do twarzy i ciała.* ***Teraz z polską nazwą*** [podkr. – M. W.].

W wielu rekomendacjach funkcję nakłaniającą pełnią jedynie informacje o zaletach lub działaniu produktu, co w praktyce sprowadza tę formę przekazu do komunikatu reklamowego (np. [N, 6, 51]). Wzbogacenie go o dodatkowe szczegóły sprzyja zaś budowaniu wśród czytelniczek przekonania, że wiedzą one, co może być dla nich dobre lub złe i dlaczego. Natomiast wykorzystanie kontekstu wskazującego na uniwersalne zastosowanie produktu, podkreślenie wyjątkowości okazji jego użycia czy przypomnienie powszechnie znanej prawdy nie tylko wzmacniają perswazję wypowiedzi, ale i utrwalają w pamięci czytelniczek ogólne zasady postępowania, np. doboru barw, przyrządzania posiłków, komponowania strojów:

Rozbielone barwy plus krój podkreślający zgrabną figurę i już mamy gotowy świąteczny strój. O uroku tej kreacji decyduje szyfonowa, rozkloszowana, asymetryczna spódnica, którą zdobią piękne kwiaty magnolii. W niej będziesz mieć „talię osy". (PaD, 6, 6)

Plastikowa butelka wody stojąca na stole nie wygląda estetycznie, kupowanie butelkowanej wody jest też nieekonomiczne. Alternatywnym rozwiązaniem są dzbanki filtrujące. (KiŻ, 3, 89)

Udzielanie porad wprowadza do rekomendacji styl dyrektywny, łagodzony podkreślaniem przyszłych korzyści, odwołaniami do wartości, głównie witalnych i estetycznych, które przekonują, że skorzystanie ze wskazówki pozwala na kompleksowe, skuteczne działanie[20]. Komercyjny aspekt przekazu staje się mniej wyraźny – ważniejszy jest pożytek, jaki można odnieść dzięki otrzymanej informacji i jej właściwemu zrozumieniu:

Krótka, rozpinana sukienka jest bardzo praktyczna, możesz ją nosić jako zwykłą sukienkę, tunikę do rurek lub rozpiętą jako wdzianko. Ma charakterystyczny detal – kieszenie z patkami, które sprawią, że biust będzie optycznie większy. (PaD, 3, 6)

[nagłówek] *Cierpisz na zaparcia?*

Zmień dietę: jedz więcej surowych warzyw i owoców. I sięgnij po sprawdzony preparat (nr 1 na świecie!), który przewidywalną ulgę przynosi już po 6 godzinach. Działa dwojako: aktywuje perystaltykę jelit oraz zwiększa ilość wody w nich, dzięki czemu ułatwia wypróżnianie. (C, 2, 122)

Leksyka i składnia rekomendacji harmonizują ze sobą – w stosunkowo krótkich wypowiedzeniach mieszczą się wyliczenia, szeregi przydawek i orzeczeń,

[20] Edyta Zierkiewicz następująco uzasadnia pozytywny stosunek czytelniczek do poradniczej orientacji prasy i praktycznego wymiaru zawartych w niej treści: „Lektura popularnych czasopism daje czytelniczkom poczucie, że wiedzą, jak odpowiedzialnie zadbać o siebie i swoją rodzinę – zarówno pod względem materialnym, emocjonalnym, jak i np. kulturalnym. Dlatego docenienie prasowych porad nie wynika po prostu z uznania walorów ich praktyczności, ale przede wszystkim z tego, że umożliwiają one czytelniczkom zobaczenie siebie w innym, lepszym świetle. Przekazy prasowe pozwalają im wypełnić swoją wyobraźnię marzeniami o własnej skuteczności […]" (eadem, *Szkodliwi czy pożyteczni? Bioenergoterapeuci, wróżki i inni nieprofesjonalni doradcy w masowych mediach. Przypadek prasy kobiecej*, [w:] *Centrum i peryferie…*, *op. cit.*, s. 187–188).

zwroty waloryzujące, określenia fachowe i potoczne. Często wykorzystuje się także konstrukcje i wyrażenia, które narzucają odbiór bezalternatywny, np. na skutek użycia zdań wynikowych, wielkich kwantyfikatorów, przymiotników i przysłówków w stopniu najwyższym, pytań z odpowiedzią (*subiectio*):

> Aby utrzymać jędrność skóry, niezbędna jest naprawa uszkodzonych z wiekiem komórek oraz regeneracja uszkodzeń DNA powstałych w wyniku promieniowania słonecznego. Z tym zadaniem dobrze poradzi sobie kwas foliowy zawarty w linii kremów […]. (KiŻ, 3, 33)
>
> [nagłówek] *W czym nosić laptop?*
>
> W eleganckiej aktówce, ale w oryginalnych kolorach: energetycznej pomarańczy, modnym kobalcie, kobiecym różu czy zgaszonym bordo. Może służyć także jako teczka do przenoszenia dokumentów. (O, 2, 29)

Z przedstawionej strukturalno-stylistycznej charakterystyki rekomendacji można wysnuć wniosek, że jako publikacje autonomiczne sprawiają one niekiedy wrażenie tekstów o pierwszoplanowej wartości komercyjnej. Zawarta w nich porada jest składnikiem wtórnym, niejako dodanym, aby odwrócić uwagę czytelniczek od faktu, że pojawienie się na łamach pisma informacji o danym produkcie było koniecznością wynikającą z polityki wydawniczej. Jest to widoczne szczególnie w wypadku, gdy grupę rekomendowanych towarów łączy mało istotna wspólna cecha, a udzielane wskazówki są uniwersalne (np. T, 5, 18).

Podobne wrażenie komercjalizacji przekazu dziennikarskiego może pojawić się podczas lektury rekomendacji stowarzyszonych z większymi publikacjami, najczęściej artykułami poradnikowymi[21]. Opisy produktów nie zawierają wówczas szczegółów istotnych z punktu widzenia treści samego artykułu. Rekomendacja wydaje się niekoniecznym dopełnieniem przekazu, choć dzięki zdjęciom niewątpliwie go uatrakcyjnia (np. C, 4, 44). Jeśli zaś pod względem układu graficznego wyraźnie różni się od artykułu, może zostać zidentyfikowana przez czytelniczki jako typowa reklama i pominięta podczas lektury (np. KiŻ, 4, 34).

Omawiana forma bardzo dobrze spełnia funkcję swoistego łącznika w kolekcji gatunków, obejmującej oprócz niej teksty poradnikowe, będące zazwyczaj advertorialami, i reklamę. Czytelniczka, zapoznając się ze wskazówkami, np. na co zwracać uwagę przy wyborze dywanu i jak o niego dbać, dowiaduje się o istnieniu specjalnej pianki oraz odplamiacza, co pozwala jej potraktować reklamę dywanów na sąsiedniej stronie jako dalszy ciąg materiału redakcyjnego (C, 4, 122–123). Nie ma przy tym większego znaczenia, czy rekomendacje pojawiają się tylko w jednym miejscu jako składnik kolekcji (np. P, 5, 16–17), czy włączone są w strukturę artykułu adaptującego rejestr (listę lub wyliczenie) (np. P, 5, 18–19).

[21] Więcej o artykule poradnikowym w analizowanym typie prasy zob. M. Worsowicz, *Stylistyczne uwikłania…*, *op. cit.*

W większych kolekcjach monotematycznych, złożonych np. z artykułu informacyjno-poradnikowego, odrębnych krótkich tekstów informacyjnych oraz porad, rekomendacja pozwala na wzbogacenie treści o dodatkowy wątek (np. PaD, 4, 40–41).

W takich rekomendacjach, podobnie jak w tych, które towarzyszą poradnikom o mniej wyrazistym charakterze advertorialowym, istotną rolę odgrywa użyta leksyka. Jest ona zazwyczaj zharmonizowana, dzięki czemu czytelniczka bez trudu kojarzy użyteczność danego produktu z poradami w artykule:

> [porada] Umyj włosy, lekko je podsusz. Wetrzyj w nie piankę dodającą objętości. […] Aby zwiększyć puszystość fryzury na czubku głowy, wyciągaj je [pasma włosów] w różnych kierunkach. [rekomendacja] Luksusowa pianka zwiększająca objętość i pogrubiająca włosy […]. (P, 5, 18)

Oprócz słownictwa ujednolicaniu podlega również treść – cechy produktów wymieniane w rekomendacjach odpowiadają wybranym szczegółom omawianym w tekście dziennikarskim (np. PaD, 6, 46). Składniki kolekcji nie tylko zostają zatem silniej związane, ale także wzajemnie uwiarygodniają swoje przesłanie.

Obecność rekomendacji może także wpływać na konstrukcję publikacji. Dotyczy to przede wszystkim najczęściej występującego wzorca alternacyjnego artykułu poradnikowego, który opiera się na wyraźnym rozczłonkowaniu korpusu na minimum dwie części o analogicznej budowie z możliwością wyodrębniania w nich kolejnych segmentów o precyzyjnie wskazanej funkcji. Jednym z takich segmentów jest właśnie rekomendacja, a jej rozmieszczenie na kolumnie i wygląd wskazują, że stanowi ona pełnoprawny, integralny składnik tekstu dziennikarskiego (C, 4, 73). Co więcej, jej umiejscowienie w obrębie publikacji wpływa na przypisywane jej znaczenie – jeśli rekomendacja poprzedza poradę, czytelniczka może odnieść wrażenie, że uzyskanie opisanego efektu nie będzie możliwe bez zastosowania konkretnego produktu (np. ŚK, 4, 34–36).

Rekomendacja stanowi także zasadniczy element struktury gatunkowej metamorfoz i sesji modowych. Pierwsze prezentują kolejne etapy zmiany wyglądu wybranej czytelniczki, przeprowadzonej przez specjalistów i dokumentowanej zdjęciami oraz komentarzami. Zawierają dokładne informacje o zabiegach, jakim poddano kobietę, oraz wykorzystanych produktach, bez których zmiana wyglądu nie byłaby możliwa. Leksyka i styl metamorfozy eksponują jednak funkcje promocyjną i reklamową, a w połączeniu z wielokrotnie podkreślaną niepowtarzalnością sytuacji bohaterki budzą wątpliwości co do użyteczności porad zawartych w publikacji (C, 4, 78–83). Pod tym względem bardziej wiarygodne dla czytelniczek są sesje modowe, czyli serie zdjęć prezentujące osoby w strojach, fryzurach i makijażach dobranych przez redakcyjnych specjalistów. Występujące w nich amatorki nie odznaczają się walorami typowymi dla zawodowych modelek; opis fotografii

koncentrujący się na efektach pracy profesjonalistów i będący częścią rekomendacji można zatem potraktować jako poradę możliwą do zastosowania również przez innych:

Weronika Kopicka (29 lat) wygląda świetnie w eleganckiej bluzce ze stójką. Jest wysoka, więc nie musi się obawiać, że półgolf skróci jej sylwetkę. Szyfonowe rękawy dodają jej sylwetce lekkości, a spódnica o trapezowym kroju podkreśla wąską talię Weroniki. (DR, 4, 27)

Bez rekomendacji nie byłoby również możliwe referowanie wyników testów, najczęściej kosmetyków (np. PD, 4, 36). Ocena produktu, jeśli jest niska, może wprawdzie działać zniechęcająco na potencjalne nabywczynie, zarazem jednak nadaje publikacji walor silnej perswazji opartej na autorytecie testerek i wiarygodności ich opinii. Można uznać, że spośród wszystkich postaci rekomendacji, jakie pojawiają się na łamach prasy poradnikowej, ta najbardziej sprzyja realizowaniu funkcji kreowania postawy konsumpcyjnej. Przyszła klientka otrzymuje bowiem jednoznaczną informację nie tylko o cenie i wyglądzie, ale także o zaletach i wadach konkretnego produktu w porównaniu z innymi. Łatwo może również ulec przekonaniu o prawdziwości opinii o nim, gdyż sceptycyzm wymagałby zaakceptowania faktu, że testerki – redaktorki bądź nieanonimowe „czytelniczki pisma" – nie mogą wypowiadać się zbyt krytycznie ze względu na producentów-reklamodawców, nawet gdyby oznaczało to wprowadzanie w błąd.

Ostatni opisany przypadek obecności rekomendacji w prasie poradnikowej dla kobiet wskazuje, że mogą one mieć wpływ na stosunek czytelniczek do publikowanych treści, a tym samym na kształtowanie nawyków konsumpcyjnych. Zjawisko to można dostrzec również w kontekście gatunkowego zróżnicowania publikacji. Rekomendacje bardzo dobrze dają się komponować nie tylko z przepisami kulinarnymi (np. PaD, 4, 32) i odpowiedziami eksperta na list (np. KiŻ, 4, 36), ale również z listą porad na określony temat i inspiracjami, które traktuję jako odrębną formę dziennikarską, bliską rekomendacji, ale pozbawioną „metki" i o wyraźnej intencji porady-propozycji (np. w kwestii świątecznych dekoracji stołu). Taki niejednorodny genologicznie przekaz może utrwalać w czytelniczkach przekonanie, że np. bez zakupienia określonego produktu końcowy efekt nie będzie dostatecznie satysfakcjonujący lub że produkty naturalne albo zabiegi z ich użyciem bądź samodzielnie wykonane są równie dobre (ściślej – nie lepsze) jak produkty sztucznie wytworzone czy zabiegi przeprowadzane w gabinetach kosmetycznych (np. N, 6, 13)[22]. Zestawianie w bliskim sąsiedztwie rekomendacji z inspiracjami oswaja natomiast z myślą, że najwłaściwszą postawą

[22] W pismach poradnikowych z tzw. średniej i niższej półki propaguje się też przekonanie, że spodziewany efekt, np. w zakresie pielęgnacji ciała, można osiągnąć niższym kosztem, wykonując zabieg samodzielnie z użyciem tańszych produktów (np. DR, 4, 34–35).

kobiety jest harmonijne godzenie dwóch rodzajów aktywności – „zrób" i „kup" (np. T, 6, 56).

Midasowy dotyk – tak Edyta Zierkiewicz nazywa właściwość współczesnej prasy kobiecej, która wszystko, co zostaje opisane na łamach, zmienia w towar[23]. Promowanie konsumpcyjnego stylu życia to także cecha pism dla pań, a gdy współwystępuje ona z poradnictwem, pomaga zmieniać czytelniczki w racjonalne konsumentki, którym oferuje się nie tyle wskazówki, ile poradę optymalizującą ich działania[24]. W sytuacji, gdy teksty o dominującej funkcji doradczej sąsiadują bezpośrednio z publikacjami zachęcającymi do zakupów, te drugie nie są odbierane jako propaganda konsumpcji, ale jako kolejny przejaw życzliwej opieki sprawowanej przez redakcję nad czytelniczkami. Podpowiedź zakupowa staje się takim samym sposobem rozwiązywania codziennych trudności, jak wciąż obecne na łamach pism „porady naszych babć".

Rekomendację można uznać za gatunek, który dobrze funkcjonuje na łamach tak charakteryzowanej prasy, w szczególności pism z tzw. wyższej półki. Możliwość ich publikowania zarówno jako samodzielnych materiałów, jak i jako składnika w różnym stopniu zintegrowanego z innymi tekstami sprzyja odchodzeniu od jednorodnej konstrukcji artykułów poradnikowych na rzecz ich wzorców alternacyjnych z cząstkowymi adaptacjami rejestru o wyraźnie modułowej budowie. Wizualno-tekstowa natura jest dodatkową zaletą – zdjęcia pozwalają uatrakcyjnić i urozmaicić wygląd kolumn, a zalety produktu opisywane w komunikatach reklamowych producenta łatwo kojarzą się z korzyściami, jakie należy wskazać czytelniczce w treści porady. Duże znaczenie ma również fakt, że rekomendacje pozwalają, z jednej strony, przestrzegać ważnej dla prasy poradnikowej zasady sezonowości, tj. cyklicznego powracania do tych samych tematów bez ich istotnej modyfikacji, a z drugiej – wnoszą do przekazu element zaciekawiającej nowości.

Wykaz skrótów

C – „Claudia"
DR – „Dobre Rady"
KiŻ – „Kobieta i Życie"
N – „Naj"
O – „Olivia"
P – „Przyjaciółka"
PaD – „Pani Domu"

[23] E. Zierkiewicz, *Prasa jako…*, *op. cit.*, s. 33.
[24] Por. *ibidem*, s. 35.

PD – „Poradnik Domowy”
ŚK – „Świat Kobiety”
T – „Tina”

Bibliografia

Źródła

4 pomysły na brokuły, „Pani Domu” 2016, nr 4.
Baldziński M., *Fryzjer odpowiada na listy*, „Kobieta i Życie” 2016, nr 4.
Biała bluzka w roli głównej, „Dobre Rady” 2016, nr 4.
Bożek J., *Napijmy się dobrej herbaty*, „Pani Domu” 2016, nr 4.
Doceniamy, „Świat Kobiety” 2016, nr 3.
Domowa apteczka, „Claudia” 2016, nr 2.
Gabinet kosmetyczny za grosze, „Dobre Rady” 2016, nr 4.
Inspiracje, „Tina” 2016, nr 5.
Lekcja stylu, „Olivia” 2016, nr 2.
Niech żyją kontrasty, „Olivia” 2016, nr 4.
Nowe kosmetyki typu cukier, sól, puder, „Świat Kobiety” 2016, nr 4.
Nowości na półce, „Tina” 2016, nr 2.
Odżywcze kuracje polskimi olejami, „Tina” 2016, nr 5.
Piękno z drogerii, „Kobieta i Życie” 2016, nr 3.
Podkład idealnie dopasowany, „Przyjaciółka” 2016, nr 5.
Prosto z drogerii, „Przyjaciółka” 2016, nr 5.
Przybylski W., *Jak wybierać wędlinę*, „Pani Domu” 2016, nr 6.
Pudry matujące w kamieniu, „Poradnik Domowy” 2016, nr 4.
Romans z czerwienią, „Dobre Rady” 2016, nr 2.
Sukienki w roli głównej, „Pani Domu” 2016, nr 3.
Świetne kosmetyki za niewielkie pieniądze, „Claudia” 2016, nr 2.
Święczkowska M., *Prawdy i mity na temat serum*, „Kobieta i Życie” 2016, nr 4.
Then A., *Nowa ja*, „Claudia” 2016, nr 4.
To się może przydać, „Dobre Rady” 2016, nr 3.
Tomczyk B., *Co warto wiedzieć o dywanie*, „Claudia” 2016, nr 4.
Torebkowe ABC, „Claudia” 2016, nr 4.
Uroda rozkwita wiosną, „Przyjaciółka” 2016, nr 5.
W barwach wiosny, „Pani Domu” 2016, nr 6.
Wesołych i pięknych Świąt!, „Tina” 2016, nr 6.
Wizytowa biżuteria? Maksikolczyki + torebka!, „Tina” 2016, nr 2.
Wojciechowska-Schwarz H., *Błyskawiczne domowe maseczki*, „Naj” 2016, nr 6.
Zasłonka S., *Trzy kroki do pięknych włosów*, „Claudia” 2016, nr 4.
Zawsze się przydadzą, „Kobieta i Życie” 2016, nr 3.
Zielona oaza w twoim salonie, „Naj” 2016, nr 6.

Opracowania

Bulisz E., *Redukcjonizm genologiczny we współczesnej prasie poradnikowej dla kobiet*, „Stylistyka" 2014, t. 23.

Centrum i peryferie współczesnego poradnictwa, red. E. Zierkiewicz, A. Ładyżyński, Wydawnictwo Chronicon, Wrocław 2014.

Choliński A., *Product placement. Planowanie, kreacja i pomiar skuteczności*, Wolters Kluwer Polska, Warszawa 2013.

Dąbrowska-Cendrowska O., *Guidetainment w polskich mediach – analiza zjawiska na wybranych przykładach*, „Media i Społeczeństwo" 2015, nr 5.

Dobra rada nie zawada. Rady, porady, poradniki w języku, literaturze i kulturze, red. W. Żarski, B. Staniów, Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa, Koszalin 2010.

Dymensje poradnictwa i wsparcia społecznego w perspektywie interdyscyplinarnej, red. M. Piorunek, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza, Poznań 2015.

Ficek E., *Formy (i dzisiejsze normy) poradnictwa prasowego – analiza genologiczna*, [w:] *Gatunki mowy i ich ewolucja*, t. 5: *Gatunek a granice*, red. D. Ostaszewska, J. Przyklenk, Wydawnictwo UŚ, Katowice 2015.

Grzybczyk K., *Lokowanie produktu. Zagadnienia prawne*, Wolters Kluwer Polska, Warszawa 2012.

Kumor K., *Społeczna recepcja product placement*, [w:] *Społeczna recepcja Public Relations*, red. K. Kubiak, Wyższa Szkoła Promocji, Warszawa 2011, http://wsp.pl/file/820_411381205.pdf [dostęp: 22.03.2016].

Pisma poradnikowe z najwyższą sprzedażą po trzech kwartałach. „Życie na Gorąco. Retro" w czołówce (top 132 miesięczniki), http://www.wirtualnemedia.pl/artykul/pisma-poradnikowe-z-najwyzsza-sprzedaza-po-trzech-kwartalach-zycie-na-goraco-retro-w-czolowce-top-132-miesieczniki [dostęp: 11.04.2016].

Poradnictwo w kulturze indywidualizmu, red. E. Zierkiewicz, V. Drabik-Podgórna, Oficyna Wydawnicza Atut – Wrocławskie Wydawnictwo Oświatowe, Wrocław 2010.

Poradnictwo. Kolejne przybliżenia, red. M. Piorunek, Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń 2011.

Siarkiewicz E., *Przesłonięte obszary poradnictwa. Realia, iluzje, ambiwalencje*, Oficyna Wydawnicza Uniwersytetu Zielonogórskiego, Zielona Góra 2010.

Słownik terminologii medialnej, red. W. Pisarek, Universitas, Kraków 2006.

Smól J., *Lingwistyka tekstu i teoria dyskursu medialnego w analizie porad prasowych*, [w:] *Współczesne nurty badawcze młodych naukowców*, red. D. Czajkowska-Ziobrowska, M. Gwoździcka-Piotrowska, Instytut Naukowo-Wydawniczy „Maiuscula", Poznań 2010.

Wielowymiarowość poradnictwa w życiu człowieka. Wybrane obszary, red. D. Kukla, Wydawnictwo Difin, Warszawa 2009.

Wojtak M., *Gatunki prasowe*, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2004.

Wojtak M., *Kunszt stylizatorski w artykułach z prasy wyspecjalizowanej*, [w:] M. Wojtak, *Rozłożone gazety. Studia z zakresu prasowego dyskursu, języka i stylu*, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2015.

Wojtak M., *Osobliwe byty gatunkowe i tekstowe w ich uwikłaniach komunikacyjnych*, [w:] *Gatunki mowy i ich ewolucja*, t. 4: *Gatunek a komunikacja społeczna*, red. D. Ostaszewska przy współudziale J. Przyklenk, Wydawnictwo UŚ, Katowice 2011.

Worsowicz M., *Nowatorstwo tekstów poradnikowych (wybrane przykłady prasowe)*, „Acta Universitatis Lodziensis. Folia Litteraria Polonica" 2013, t. 13.

Worsowicz M., *Stylistyczne uwikłania artykułu poradnikowego (na przykładzie ogólnotematycznej prasy poradnikowej dla kobiet)* [w druku].

Zierkiewicz E., *Prasa jako medium edukacyjne. Kulturowe reprezentacje raka piersi w czasopismach kobiecych*, Oficyna Wydawnicza „Impuls", Kraków 2013.

Zierkiewicz E., *Szkodliwi czy pożyteczni? Bioenergoterapeuci, wróżki i inni nieprofesjonalni doradcy w masowych mediach. Przypadek prasy kobiecej*, [w:] *Centrum i peryferie współczesnego poradnictwa*, red. E. Zierkiewicz, A. Ładyżyński, Wydawnictwo Chronikon, Warszawa 2014.

Patryk Iwańczyk
Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej

FELIETONOWA SYLWETKA CZY SYLWETKOWY FELIETON, CZYLI O TWÓRCZOŚCI FELIETONISTYCZNEJ STEFANA SZCZEPŁKA

Jako jedną z kluczowych cech poetyki felietonu badacze wskazują jego synkretyczność oraz otwartość na inne, różnorodne gatunki, style i formy wypowiedzi. Wspomina o tym między innymi Edward Chudziński[1], według którego omawiany gatunek ma charakter antynormatywny. Posiada on bowiem otwartą formę, pozwalającą wchłaniać rozmaite style, konwencje, gatunki i formy podawcze. Tak rozumiana antynormatywność wiąże się z kolei z podatnością struktury felietonu na rozmaite adaptacje gatunkowe, któremu to zjawisku wiele miejsca poświęciła w swoich publikacjach Maria Wojtak[2]. Jak zaznacza lubelska badaczka, felieton z jednej strony funkcjonuje bowiem jako samodzielna i w pełni ukształtowana wypowiedź, z drugiej jednak wypowiedź ta nawiązywać może do obcych, niekiedy skrajnie odmiennych, gatunków. Adaptacje, o których mowa, mają ponadto charakter wielokierunkowy, co oznacza, że wśród adaptowanych form mogą się znaleźć gatunki dziennikarskie (artykuł publicystyczny, komentarz, recenzja), inne teksty użytkowe (protokół, skarga, oświadczenie), jak również wszelkie gatunki charakterystyczne dla literatury pięknej (baśń, opowiadanie, esej). Zróżnicowane mogą być przy tym nie tylko kierunki adaptacji, ale również ich zakresy tekstowe. Można wówczas wyróżnić adaptacje globalne (pojawiają się w sytuacji, gdy kształt obcego gatunku przybiera cała struktura tekstowa felietonu) oraz adap-

[1] Zob. E. Chudziński, *Felieton*, [w:] *Słownik terminologii medialnej*, red. W. Pisarek, Universitas, Kraków 2006, s. 57.

[2] W swoich pracach badaczka podkreśla, iż obecność omawianych przez nią modyfikacji adaptacyjnych stanowi trwały składnik konwencji gatunkowych felietonu. Por. M. Wojtak, *Gatunki prasowe*, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2004, s. 18–19; eadem, *Wzorce gatunkowe wypowiedzi a realizacje tekstowe*, [w:] *Gatunki mowy i ich ewolucja*, t. 2: *Tekst a gatunek*, red. D. Ostaszewska, Wydawnictwo UŚ, Katowice 2004, s. 32–33; eadem, *Adaptacje gatunkowe i ich rola w modyfikowaniu wyznaczników gatunku (na przykładzie wypowiedzi prasowych)*, [w:] *Spotkanie. Księga jubileuszowa dla Profesora Aleksandra Wilkonia*, red. M. Kita, B. Witosz, Wydawnictwo UŚ, Katowice 2005, s. 440–448; eadem, *Analiza gatunków prasowych. Podręcznik dla studentów dziennikarstwa i kierunków pokrewnych*, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2008, s. 14 i nast.

tacje cząstkowe (występują wówczas, gdy zaskakującą formę przybiera jedynie fragment wypowiedzi).

W ścisłym związku z omówionym wyżej zjawiskiem pozostaje tak zwany felietonowy konceptyzm[3], a zatem oryginalny, oparty na stylizacji[4] autorski pomysł, mający za zadanie przyciągnięcie uwagi czytelnika. Maria Wojtak, posiłkując się dorobkiem literaturoznawców, wyróżniła przy tym dwa rodzaje konceptów: strukturalne (zaskakujące uformowanie całej wypowiedzi, stanowiące rodzaj gatunkowej adaptacji) i wolne (polegające na niecodziennym wystylizowaniu fragmentów tekstu). Tak rozumiany konceptyzm, uważany za jeden z charakterystycznych wyróżników poetyki felietonu, bazuje przy tym w dużym stopniu właśnie na wspomnianych już adaptacjach gatunkowych[5]. Stąd niebagatelne znaczenie zaprezentowanego zjawiska dla niniejszych rozważań.

Jednym z gatunków wypowiedzi, do którego stosunkowo często nawiązują w swoich tekstach autorzy felietonów, jest sylwetka prasowa w najrozmaitszych jej odmianach[6]. Jak pisze między innymi cytowana już w niniejszym opraco-

[3] Zjawisko felietonowego konceptyzmu również stanowiło przedmiot rozważań Marii Wojtak, czemu badaczka dała wyraz w licznych swoich publikacjach. Por. M. Wojtak, *Gatunki prasowe*, *op. cit.*, s. 235–236; eadem, *Rola stylizacji w modyfikowaniu poetyki felietonu*, „Prace Filologiczne" 2007, t. 53, s. 742–743; eadem, *Analiza gatunków prasowych…*, *op. cit.*, s. 110, 112–118 i nast.

[4] Por. M. Wojtak, *Rola stylizacji w modyfikowaniu poetyki felietonu*; eadem, *Analiza gatunków prasowych…*, *op. cit.*, s. 112–118; eadem, *Felietonista indywidualista, czyli o idiolekcie gatunkowo sprofilowanym*, [w:] *Język i styl twórcy w kręgu badań współczesnej humanistyki. Studia o języku i stylu artystycznym*, t. 5, red. K. Maćkowiak, C. Piątkowski, J. Gorzelana, Oficyna Wydawnicza Uniwersytetu Zielonogórskiego, Zielona Góra 2009, s. 331. Dodajmy, że badaczka rozumie stylizację jako 'proces nadawania wypowiedzi reprezentującej gatunek X pewnych znamion innych gatunków' – M. Wojtak, *Rola stylizacji w modyfikowaniu poetyki felietonu*, *op. cit.*, s. 735. Por. E. Chudziński, *Felieton. Geneza i ewolucja gatunku*, [w:] *Dziennikarstwo i świat mediów. Nowa edycja*, red. Z. Bauer, E. Chudziński, Universitas, Kraków 2012, s. 356.

[5] Zob. M. Wojtak, *Gatunki prasowe*, *op. cit.*, s. 211–217, 236–237; eadem, *Wzorce gatunkowe wypowiedzi a realizacje tekstowe*, *op. cit.*, s. 292; eadem, *Adaptacje gatunkowe i ich rola…*, *op. cit.*, s. 446–447; eadem, *Rola stylizacji w modyfikowaniu poetyki felietonu*, *op. cit.*, s. 736–741, 743; eadem, *Analiza gatunków prasowych…*, *op. cit.*, s. 112–118; eadem, *Felietonista indywidualista, czyli o idiolekcie gatunkowo sprofilowanym*, *op. cit.*, s. 322–323, 325. Zob. P. Stasiński, *Poetyka i pragmatyka felietonu*, Zakład Narodowy im. Ossolińskich, Wrocław 1982, s. 9.

[6] Sylwetka prasowa i jej specyfika stanowiły przedmiot rozważań licznych autorów. Por. Z. Bauer, *Gatunki dziennikarskie*, [w:] *Dziennikarstwo i świat mediów*, red. E. Chudziński, Z. Bauer, Universitas, Kraków 2000, s. 156; M. Wojtak, *Wyznaczniki gatunkowe sylwetki prasowej*, „Stylistyka" 2003, t. 12, s. 259–278; eadem, *Gatunki prasowe*, *op. cit.*, s. 120–165; J. Fras, *Dziennikarski warsztat językowy*, Wydawnictwo UWr, Wrocław 2005, s. 87–88; K. Wolny-Zmorzyński, A. Kaliszewski, W. Furman, *Gatunki dziennikarskie. Teoria, praktyka, język*, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2009, s. 50–53; E. Bulisz, *Sylwetki kobiet w tygodniku „Wysokie Obcasy"*, [w:] *Kobiety w sferze publicznej. Teoria i praktyka*, red. M. Pataj, Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń 2015, s. 165–182 i nast. Problematykę wzajemnych relacji felietonu i sylwetki

waniu Wojtak[7], wypowiedź taka powinna zawierać informacje na temat określonej osoby, ale także elementy dodatnio tę osobę wartościujące. Chodzi zatem o zaprezentowanie bohatera tekstu w możliwie korzystnym świetle, czyli jego rekomendację.

Istotną kwestią jest przy tym typologia sylwetki. W kontekście niniejszych analiz materiałowych niezbędne wydaje się przywołanie jednego tylko podziału, autorstwa Marii Wojtak[8]. Zgodnie z nim należy wyodrębnić sylwetki osób żyjących oraz sylwetki-wspomnienia[9], charakteryzujące się niekiedy specjalnie ukształtowaną formą, nasuwającą skojarzenia z nekrologami prasowymi[10]. W przypadku drugiej z wymienionych odmian badaczka rozróżnia dodatkowo dwa warianty, a mianowicie: wypowiedzi informujące o śmierci konkretnej osoby oraz wypowiedzi pojawiające się w prasie z okazji rocznicy (najczęściej okrągłej) czyjejś śmierci[11].

---

w polskiej felietonistyce drugiej połowy XIX wieku porusza z kolei Magdalena Pietrzak – por. M. Pietrzak, *Wyznaczniki gatunkowe felietonu drugiej połowy XIX wieku na przykładzie tekstów Henryka Sienkiewicza, Bolesława Prusa i Aleksandra Świętochowskiego*, Łódź 2013, s. 274–281.

[7] Zob. M. Wojtak, *Gatunki prasowe*, *op. cit.*, s. 120–121.

[8] Zob. *ibidem*, s. 122. Należy dodać, że nie jest to jedyna propozycja podziału wysunięta przez badaczkę.

[9] Por. M. Wojtak, *Gatunki prasowe*, *op. cit.*, s. 123–130; M. Worsowicz, *Sylwetka-wspomnienie, czyli między tradycją a nowoczesnością tekstu dziennikarskiego*, [w:] *Wypowiedź dziennikarska. Teoria i praktyka*, red. B. Bogołębska, A. Kudra, Wydawnictwo UŁ, Łódź 2008, s. 65–79; E. Bulisz, *Ku pamięci – nienekrologicznie*, „Acta Humana" 2014, t. 5, s. 197–209.

[10] Por. M. Kawka, *Biogram jako gatunek tekstu*, „Język Polski" 2001, t. 81, nr 5, s. 325. O biogramie i wspomnieniu: B. Boniecka, J. Panasiuk, *Pisemne formy komunikacji z otoczeniem i promowania siebie*, [w:] *O sztuce publicznego występowania i komunikacji społecznej*, red. P. Nowak, Wydawnictwo Wszechnicy Polskiej i EFS, Warszawa 2007, s. 164–173; R. Piętkowa, *Paratekst o autorze. Biogram i/czy prezentacja?*, [w:] *Gatunki mowy i ich ewolucja*, t. 2: *Tekst a gatunek*, red. D. Ostaszewska, Wydawnictwo UŚ, Katowice 2004, s. 230–245. Powstało także wiele opracowań na temat nekrologu prasowego. Por. J. Kolbuszewski, *Z głębokim żalem… O współczesnej nekrologii*, Wydawnictwo UWr, Wrocław 1997; M. Borejszo, *Językowy kształt nekrologów*, [w:] *Język trzeciego tysiąclecia II*, t. 1: *Nowe oblicza komunikacji we współczesnej polszczyźnie*, red. G. Szpila, Krakowskie Towarzystwo Popularyzowania Wiedzy o Komunikacji Językowej „Tertium", Kraków 2002, s. 123–132; H. Sojka-Masztalerz, *Struktura współczesnych pożegnalnych nekrologów prasowych*, [w:] *Oblicza komunikacji 1. Perspektywy badań nad tekstem, dyskursem i komunikacją*, t. 2, red. I. Kamińska-Szmaj, T. Piekot, M. Zaśko-Zielińska, Krakowskie Towarzystwo Popularyzowania Wiedzy o Komunikacji Językowej „Tertium", Kraków 2006; E. Kaptur, *Językowy kształt współczesnych nekrologów prasowych*, Wydawnictwo Poznańskie, Poznań 2008 i inne.

[11] Przywoływana już Monika Worsowicz nie zgadza się w tym punkcie z ujęciem Marii Wojtak, w zbiorze sylwetek poświęconym osobom zmarłym, wyodrębniając sylwetki-wspomnienia (drukowane po upływie dłuższego czasu po czyjejś śmierci) oraz sylwetki-pożegnania (publikowane niedługo po śmierci znanej osoby) – por. M. Worsowicz, *op. cit*., s. 66–67. W swojej rozprawie opieram się jednak wyłącznie na bliższej mi koncepcji Wojtak.

Liczne przykłady nawiązań do konwencji gatunkowej sylwetki prasowej – w obu jej wariantach[12] – odnaleźć można w felietonach autorstwa Stefana Szczepłka, publikowanych na łamach sportowego tygodnika „Piłka Nożna". Teksty, o których mowa, ukazywały się w latach 1995–1998 w cyklu zatytułowanym „Kiwka z przeszłości". Wśród podejmowanych przez publicystę tematów przeważały: historia polskiej i światowej piłki nożnej, poziom sportowy polskiej ligi i reprezentacji narodowej, atmosfera towarzysząca dużym turniejom piłkarskim, bezpieczeństwo na obiektach sportowych oraz kultura kibicowania w Polsce i na świecie. W obrębie niniejszego artykułu – ze względu na bogactwo materiałowe – zaprezentowane zostaną wyłącznie wybrane przykłady nawiązań do konwencji sylwetki osoby żyjącej.

Felietonem Szczepłka, wywołującym wyraźne skojarzenia z sylwetką osoby żyjącej, jest niewątpliwie tekst zatytułowany *WEAH najlepszy?*, opublikowany w 14. numerze tygodnika z 1995 roku. Kształt sylwetki przyjmuje cały korpus felietonu, co oznacza, że została zastosowana adaptacja globalna (koncept strukturalny):

Oglądanie grającego w Paris St. Germain George'a Weaha stało się jednym z najprzyjemniejszych piłkarskich przeżyć wiosny. To dziś, być może, najlepszy piłkarz świata.

Weah jest graczem ciekawym, bo nietypowym. Pochodzi z Liberii, a więc kraju, który niczego w futbolu nie osiągnął i który nawet specjalnie z niczym się nie kojarzy, poza tzw. banderolą liberyjską, atrakcyjną, bo tanią. Piłkarze też tam są tani, dlatego pierwszym ważniejszym klubem w karierze Weaha było Tonnerre ze stolicy Kamerunu, a nie klub z Monrovii. Z Kamerunu wyjeżdża się zwykle do Francji i taką drogę przebył też George Weah. W roku 1988 znalazł się w AS Monaco. Miał wówczas 22 lata.

W książęcym klubie grał jako napastnik. Nie interesowało go nic poza zdobywaniem goli. Robił to na tyle dobrze, że przez kilka sezonów zajmował miejsce w ścisłej czołówce snajperów ligi, a w plebiscycie afrykańskich korespondentów „France Football" wybrano go Piłkarzem Afryki.

W roku 1992 Monaco dotarło do finału rozgrywek o Puchar Zdobywców Pucharów. W dobrej drużynie trenera Arsene Wengera walczyło kilku niezłych zawodników – Portugalczyk Rui Barros, Ettori w bramce, Jerome Gnako, Gerald Passi, Youssouf Fofana z Wybrzeża Kości Słoniowej… Miał kto grać, ale Niemcy byli lepsi. W meczu finałowym Weah przegrywał większość pojedynków z Rune Bratsethem, co przyspieszyło decyzję klubu o oddaniu Liberyjczyka do Paris St. Germain. Zresztą wtedy Monaco już praktycznie miało Klinsmanna.

Był to prawdopodobnie najszczęśliwszy dzień w karierze Weaha. Od tej pory bowiem rozpoczął się nowy etap w życiu Liberyjczyka. Nie wiem czy do zmiany sposobu gry zmusił lub namówił go Luis Fernandez, czy sam piłkarz do tego dojrzał. W każdym bądź razie dziś jest innym piłkarzem. Weah przestał być jedynie egzekutorem. W obydwu meczach z Barceloną widzieliśmy go w roli rozgrywającego lub napastnika, dochodzącego do pozycji strzeleckich po indywidualnych akcjach.

[12] Wnioski z analiz wybranych felietonów z „Piłki Nożnej" pod kątem obecnych w ich obrębie nawiązań do konwencji gatunkowej sylwetki-wspomnienia zawarłem w jednym z moich artykułów – por. P. Iwańczyk, *„Wchodził na boisko i stawał się geniuszem" – nawiązania do konwencji gatunkowej sylwetki-wspomnienia w felietonach z tygodnika „Piłka Nożna" z lat 1995–2008*, [w:] *Język i sport*, red. A. Czapla, M. Koper, „Fotopia", Lublin 2016, s. 61–78.

Weah jest dziś pewnego rodzaju fenomenem. Bardzo rzadko zdarza się, by piłkarz tak wysoki (Liberyjczyk ma 184 cm wzrostu) był tak znakomity technicznie. Ostatni, którego pamiętam to Socrates. Swoboda, z jaką Weah mijał Koemana, Ferrera lub Sergiego była doprawdy zdumiewająca. Robił to w pełnym biegu, wykorzystując szybkość, lub z miejsca, co wzbudzało jeszcze większe zdziwienie. Okazywało się bowiem, że był zwrotniejszy od przeciwników niższych, którym z natury rzeczy łatwiej dryblować. Na jednym–dwóch metrach wyrabiał sobie taką przewagę nad rywalem, że ten mógł jedynie faulować. Właśnie po takiej sytuacji padł gol dla PSG w Barcelonie.

Mało tego. Weah wówczas doprowadził do rzutu wolnego, a potem go wykorzystał. Będąc teoretycznie najlepiej pilnowanym graczem w pobliżu pola bramkowego potrafił nie tylko uciec, ale i skoczyć najwyżej. Wprawdzie wygranie pod tym względem z Bakero nie stanowi dużego problemu, ale jakimś jest.

Weah rzadko cofa się, by pomóc obronie. Gra natomiast niemal wyłącznie na połowie przeciwnika. Dużo biega, w związku z tym trudno go upilnować. Nie jest ani typowym środkowym napastnikiem, ani skrzydłowym. Bywa jednym i drugim, a kiedy cofa się, atakuje jak ofensywny pomocnik. Strzela gole z pola karnego i zza „16". W ciągu 90 minut oddaje nawet do kilkunastu strzałów na bramkę.

Teraz, kiedy Marco van Basten leczy kontuzję, Roberto Baggio nie doszedł do formy po urazie, Romario dopiero aklimatyzuje się w Rio, a Stoiczkow kłóci się zamiast grać, George Weah może kandydować do miana najlepszego na świecie. Doszedł do tej pozycji w wieku 29 lat. To też jest ewenement[13].

Bohaterem felietonu jest George Manneh Oppong Ousman Weah – liberyjski piłkarz, występujący w kilku uznanych klubach europejskich, w tym AS Monaco, Paris Saint-Germain, Olympique Marsylia oraz AC Milan. Warto dodać, że po zakończeniu kariery piłkarskiej Weah zajął się działalnością polityczną.

Wypowiedź należy określić mianem rozbudowanej. Składa się na nią dziewięć stosunkowo zwięzłych akapitów, liczących od dwóch do ośmiu zdań. W obrębie akapitu otwierającego korpus postawiona zostaje przez autora główna, jak należy przypuszczać, teza felietonu: *To* [George Weah – dop. P. I.] *dziś, być może, najlepszy piłkarz świata*. Warto dodać, że felietonista jednocześnie „łagodzi" swój pogląd, umieszczając w obrębie zdania wtrącenie *być może*. Najobszerniejszy fragment korpusu, na który składa się zawartość akapitów od drugiego do ósmego, stanowi zaś w istocie dość szczegółową charakterystykę liberyjskiego piłkarza. Stefan Szczepłek stara się bowiem uzasadnić stwierdzenie sformułowane przez siebie w akapicie rozpoczynającym wypowiedź felietonową. Dziewiąty akapit, zamykający felieton, zawiera natomiast powtórzenie tegoż stwierdzenia. Należy jednak dodać, że – podobnie jak miało to miejsce na początku segmentu[14] – felietonista wypowiada swój pogląd z pewną dozą ostrożności.

W związku z faktem, że gra George'a Weaha w barwach Paris Saint-Germain wiosną 1995 roku zrobiła na Stefanie Szczepłku olbrzymie wrażenie, publicysta

[13] S. Szczepłek, *WEAH najlepszy?*, „Piłka Nożna" 1995, nr 14, s. 15.

[14] Analizowany felieton ma więc kompozycję klamrową.

pragnie – jak można sądzić – przybliżyć czytelnikom „Piłki Nożnej" jego postać. W tym celu przywołuje on w felietonie istotne jego zdaniem fakty z życia i przebiegu kariery afrykańskiego zawodnika. Wyeksponowane zostały szczególnie dane dotyczące: jego wieku (*29 lat*), pochodzenia (*Liberia*) oraz wybranych klubów, w których był zatrudniony (*Tonnerre Jaunde*; *AS Monaco*; *PSG*). W tekście odnaleźć można również daty roczne (*1988 rok*; *1992 rok*), a nawet informację na temat wzrostu piłkarza (*184 cm*). Publicysta informuje także o rolach, jakie Weah pełnił na boisku (*napastnik*; *rozgrywający*). Sytuacja jest więc podobna do tej, która ma miejsce w przypadku większości komunikatów w różnym zakresie adaptujących sylwetkę prasową – pojawia się w nich zatem znacząca liczba informacji, które znaleźć by się mogły także w urzędowym życiorysie. Podobnie jak w znacznej części pozostałych przypadków, w których obecne są tego rodzaju nawiązania, tak i tu zasadniczym odejściem od tradycyjnego schematu życiorysu jest transformacja na gruncie stosowanych form gramatycznych. Urzędowy życiorys redagowany jest bowiem w pierwszej osobie liczby pojedynczej, zaś klasyczna sylwetka prasowa pisana jest z reguły w osobie trzeciej. W ramach uzupełnienia warto dodać, iż kolejność chronologiczna przy przedstawianiu poszczególnych informacji i faktów odnoszących się do tytułowego bohatera publikacji przeważnie zostaje zachowana.

Priorytetem felietonisty jest zaprezentowanie Weaha jako piłkarza nietuzinkowego, pozytywnie wyróżniającego się na tle pozostałych zawodników. Publicysta pragnie bowiem udowodnić tezę postawioną przez siebie na wstępie felietonu, jak również twierdząco odpowiedzieć na pytanie zawarte w jego tytule. Jak należy przypuszczać, w tym właśnie celu w tekście podkreślone zostaje nietypowe, zdaniem autora, miejsce pochodzenia Weaha w kontekście uprawianej przez niego dyscypliny sportu, dokonane jednakże w nieco żartobliwym tonie. Wydaje się, że silniejszą wymowę mają natomiast dość liczne peryfrazy, podkreślające piłkarski talent Weaha, jego nieprzeciętne umiejętności w tym zakresie, jak również indywidualne osiągnięcia, np.: *być może, najlepszy piłkarz świata*; *gracz ciekawy, bo nietypowy*; *Piłkarz Afryki*; *teoretycznie najlepiej pilnowany gracz w pobliżu pola bramkowego*, przy czym ostatnie z przywołanych omówień ma oczywiście charakter okazjonalny. Na odbiorcy mogą też zrobić wrażenie, zastosowane przez autora, nieco bardziej rozbudowane sformułowania i wypowiedzi, również odnoszące się do predyspozycji bohatera, jego gry oraz aktualnej formy sportowej: *Robił to* [zdobywał gole – dop. P. I.] *na tyle dobrze, że przez kilka sezonów zajmował miejsce w ścisłej czołówce snajperów ligi*; *w plebiscycie afrykańskich korespondentów „France Football" wybrano go Piłkarzem Afryki*; *W obydwu meczach z Barceloną widzieliśmy go w roli rozgrywającego lub napastnika, dochodzącego do pozycji strzeleckich po indywidualnych akcjach*; *Bardzo rzadko zdarza się,*

by piłkarz tak wysoki […] *był tak znakomity technicznie*; [Przeciwników mijał – dop. P. I.] *w pełnym biegu, wykorzystując szybkość, lub z miejsca*; *był zwrotniejszy od przeciwników niższych, którym z natury rzeczy łatwiej dryblować*; *wyrabiał sobie taką przewagę nad rywalem, że ten mógł jedynie faulować*; *Będąc teoretycznie najlepiej pilnowanym graczem w pobliżu pola bramkowego potrafił nie tylko uciec, ale i skoczyć najwyżej*; *Dużo biega, w związku z tym trudno go upilnować*; *Strzela gole z pola karnego i zza „16"*; *W ciągu 90 minut oddaje nawet do kilkunastu strzałów na bramkę*. Na uwagę zasługuje także obecność w tekście nazwisk wybitnych często piłkarzy, do których publicysta porównuje bohatera felietonu (*Socrates*; *Marco van Basten*; *Roberto Baggio*; *Romario*; *Christo Stoiczkow*).

Wyraźne odwołania do konwencji sylwetki prasowej odnaleźć można także w felietonie pod tytułem *Darek wróć – czeka Warszawa*, opublikowanym w „Piłce Nożnej" 26 marca 1996 roku, w numerze 13:

Informacja o ewentualnym powrocie Dariusza Dziekanowskiego na polskie boiska była jedną z najprzyjemniejszych, jakie ostatnio do mnie dotarły. Tak naprawdę do końca w nią nie wierzę, ponieważ przez lata Darek robił wszystko by zasłużyć na opinię człowieka nieobliczalnego i nieodgadnionego. Gdyby jednak rzeczywiście wrócił, mógłby znów sprawić radość wielu swoim kibicom starym, a może i zyskać nowych.

Dziekanowski to jeden z największych talentów, jakie w latach pięćdziesiątych i sześćdziesiątych przyszły na świat w Warszawie lub najbliższych okolicach. Pierwszym był Stanisław Terlecki, drugim Dziekanowski, po nim Roman Kosecki, a ostatnim Wojciech Kowalczyk. Każdy z nich wniósł do polskiego futbolu coś co pozostało w jego historii. Z każdym kojarzyły się sprawy powodujące, że o piłkarzach mówiono więcej niż o innych, a słowa „kontrowersyjny" lub „enfant terrible" zastępowały opinie.

Do Dziekanowskiego zawsze miałem słabość, bo jeśli nawet narozrabiał poza boiskiem, to odkupywał winy podczas meczów. Młodszych czytelników informuję, że był kiedyś w Warszawie pierwszoligowy klub Gwardia, który mimo że w nazwie miał przymiotnik „warszawski", to dużo kibiców nie posiadał, ponieważ był jednocześnie milicyjny. I choćby milicja wsadziła pół stolicy, to siłą na stadion przy Racławickiej by więźniów nie zaciągnęła. A jednak zdarzyły się dwa takie okresy w historii klubu, kiedy na mecze gwardzistów publiczność waliła tysiącami. Po raz pierwszy w latach pięćdziesiątych, po oraz drugi – na początku osiemdziesiątych.

Tym, co przyciągało widzów mimo wątpliwej sympatii do klubu, była gra. W latach pięćdziesiątych to była Gwardia „Harpaganów", później – Gwardia wspaniałej trójki młodych napastników: Banaszkiewicza – Barana – Dziekanowskiego, Wdowczyka i „Karola" Sikorskiego w obronie, Kowalczyka w pomocy i kilku innych. Jak oni pięknie grali…

Dziekanowski wychował się na Marysinie Wawerskim. Jednym z pierwszych, którzy go „odkrywali" był nasz zmarły w 1978 roku redakcyjny kolega Andrzej Pielasa. Opatrzność skazała Darka na sukces. Miał iskrę bożą, był przystojny, szaleli za nim kibice i kochały go dziewczyny. Jako junior został dwukrotnie wicemistrzem Europy. Nigdy nie wybierał najprostszych zagrań. Wprost przeciwnie. Miał taką technikę, że mógł sobie pozwalać na brazylijskie zagrania, które – jeśli się udawały – stawały się ozdobą meczów. Słynny był zwłaszcza numer polegający na wtoczeniu piłki jedną nogą na drugą i spuszczeniu jej w momencie, w którym „Dziekan" mijał obrońcę.

Piłka spadająca na piętę wylatywała wysoko w górę, nad obrońcą, który nie bardzo wiedział, co się dzieje.

Darek nie wytrzymywał presji sławy i trudno mu się dziwić. Był bohaterem boisk i najgłośniejszego transferu w dziejach polskiego futbolu – z Gwardii do Widzewa. 21 milionów w 1983 roku robiło niesłychane wrażenie. Kiedy jednak po pewnym czasie Dziekanowski powiedział, że łódzkie powietrze mu nie służy, jasnym się stało, że może wracać do stolicy. Było takie pół roku w historii klubu, kiedy Terlecki, Dziekanowski i Kosecki występowali w jednej drużynie. To wtedy odbył się słynny finał Pucharu Polski z Jagiellonią w Olsztynie.

Darkowi zdarzyło się potrącić samochodem przechodnia, wrócić nad ranem na zgrupowanie Legii w Zakopanem, wypić pół pubu w Glasgow. Może za szybko miał te pieniądze, dziewczyny i sławę. Nie wykorzystał swojej szansy zostania największym piłkarzem Europy, ale niech wraca, bo i tak umie więcej niż niejeden reprezentant Polski[15].

Tekst poświęcony został Dariuszowi Dziekanowskiemu, wybitnemu reprezentantowi Polski w piłce nożnej w latach 1981–1990. Pretekstem do jego napisania jest pojawienie się pogłoski, jakoby Dziekanowski miał u schyłku swojej kariery piłkarskiej kontynuować grę w jednym z polskich klubów[16].

Komunikat zawiera łącznie siedem akapitów, przy czym, jak się wydaje, akapit otwierający wypowiedź oraz ją zamykający są jedynymi, które nie zostały poddane wyrazistej adaptacji gatunkowej[17]. Wskazany akapit liczy trzy zdania złożone, a w jego obrębie znajduje się napomknięcie o wspomnianej już pogłosce, jak również wstępne ustosunkowanie się do niej przez autora felietonu. W przypadku sześciu pozostałych akapitów, w których felietonista w sposób oczywisty nawiązuje do konwencji sylwetki, uwagę odbiorcy zwraca w pierwszej kolejności to, że w pierwszym zdaniu niemal każdego z nich pojawia się nazwisko głównego bohatera felietonu bądź zdrobniała forma jego imienia. Zastosowanie w wypowiedzi takiego zabiegu dość jednoznacznie wskazuje na obrany przez Szczepłka wzorzec adaptacyjny. Jest ono uzasadnione, tym bardziej że w obrębie tych właśnie fragmentów autor argumentuje poniekąd swoje oczekiwania związane z ewentualnym powrotem Dziekanowskiego na polskie boiska, w sposób bezpośredni sformułowane w akapicie otwierającym komunikat. W kwestii kompozycji felietonu wspomnieć też należy o widocznej klamrze kompozycyjnej – zarówno w początkowym, jak i w finalnym akapicie publikacji[18] Szczepłek wspomina bowiem o osobistych nadziejach związanych z ewentualnym potwierdzeniem się pogłoski o planowanym powrocie wychowanka Polonii Warszawa do polskiej piłki klubowej w charakterze czynnego zawodnika. Publicysta „Piłki Nożnej" jawi się więc

[15] S. Szczepłek, *Darek wróć – czeka Warszawa*, „Piłka Nożna" 1996, nr 13, s. 12.

[16] Wiosną 1996 roku Dariusz Dziekanowski w istocie dołączył do zespołu Polonii Warszawa, z którą wywalczył nawet awans do ówczesnej pierwszej ligi.

[17] Analizie poddany został pełny tekst felietonu.

[18] Warto dodać, że to właśnie charakter dwóch wspomnianych fragmentów tekstu – na tle pozostałych – najbliższy jest poetyce felietonu.

niewątpliwie jako entuzjasta i zwolennik takiego rozwiązania, na co pośrednio wskazuje również nagłówek felietonu.

Głównym celem felietonisty wydaje się zatem umotywowanie swojego entuzjazmu i nadziei wyrażonych przez niego w początkowych fragmentach tekstu. Stąd konieczność zaprezentowania popularnego *Dziekana*, oczywiście w możliwie sprzyjającym świetle. W tekście można zatem odnaleźć podstawowe informacje dotyczące: miejsca i czasu urodzenia bohatera: *Dziekanowski to jeden z największych talentów, jakie w latach pięćdziesiątych i sześćdziesiątych przyszły na świat w Warszawie lub najbliższych okolicach*, miejscowości i dzielnic, z którymi w dowolny sposób był związany (*Marysin Wawerski*; *Warszawa*; *łódzkie powietrze*; *Olsztyn*; *Zakopane*; *Glasgow*), klubów, w których występował (*Gwardia*; *Widzew*; *Legia*), jego osiągnięć (*Jako junior został dwukrotnie wicemistrzem Europy*; *To wtedy odbył się słynny finał Pucharu Polski z Jagiellonią w Olsztynie*), stosunkowo ważnych osób w jego życiu i karierze, przede wszystkim piłkarzy, z którymi występował w jednej drużynie (*Banaszkiewicz*; *Baran*; *Wdowczyk*; *Sikorski*; *Kowalczyk*; *Andrzej Pielasa*; *Terlecki*; *Kosecki*). Sylwetkę Dziekanowskiego i cały wywód porządkują wybrane daty oraz inne sformułowania związane z czasem (*na początku* [lat – dop. P. I.] *osiemdziesiątych*; *lata pięćdziesiąte*; *1978 rok*; *1983 rok*). Podana została wreszcie precyzyjna informacja o kwocie i rocznej dacie transferu Dziekanowskiego z Gwardii Warszawa do Widzewa Łódź (*21 milionów*; *w 1983 roku*).

Jak już zostało powiedziane, Stefan Szczepłek w pierwszej kolejności stawia sobie za cel uzasadnienie wyartykułowanych wcześniej oczekiwań. Niezbędne jest w tym celu przedstawienie Dariusza Dziekanowskiego od możliwie najkorzystniejszej strony. Stąd obecność w tekście licznych, pozytywnie nacechowanych sformułowań odnoszących się do talentu, piłkarskich umiejętności, gry, a nawet aparycji zawodnika: *jeden z największych talentów*; *jeśli nawet narozrabiał poza boiskiem, to odkupywał winy podczas meczów*; *Opatrzność skazała Darka na sukces*; *Miał iskrę bożą, był przystojny, szaleli za nim kibice i kochały go dziewczyny*; *Był bohaterem boisk*; *Nigdy nie wybierał najprostszych zagrań*; *Miał taką technikę, że mógł sobie pozwalać na brazylijskie zagrania, które* […] *stawały się ozdobą meczów*; *umie więcej niż niejeden reprezentant Polski*. Zachwyt nad piłkarzem wyrażony zostaje też poniekąd przez wymienienie nazwisk bardzo dobrych polskich zawodników, z którymi, na różnych etapach swojej kariery, występował on w jednej drużynie (*Banaszkiewicz*; *Baran*; *Wdowczyk*; *Sikorski*; *Kowalczyk*; *Terlecki*; *Kosecki*). Publicysta przekonuje w ten sposób, że Dziekanowski doskonale sprawdzał się w znakomitych, dobrze funkcjonujących zespołach i mógł być ich filarem.

Uwiarygodnieniu całego wywodu i autorskiej oceny służy zaś najprawdopodobniej jednoczesne wspominanie w tekście o słabościach, wadach i porażkach poniesionych przez bohatera felietonu[19], np.: *nie wytrzymywał presji sławy*; *Darkowi zdarzyło się potrącić samochodem przechodnia, wrócić nad ranem na zgrupowanie Legii w Zakopanem, wypić pół pubu w Glasgow*; *Nie wykorzystał swojej szansy zostania największym piłkarzem Europy*. Autor podejmuje jednocześnie wysiłki, by od razu usprawiedliwić wychowanka Polonii Warszawa, argumentując między innymi, że: *jeśli nawet narozrabiał poza boiskiem, to odkupywał winy podczas meczów*; *nie wytrzymywał presji sławy i trudno mu się dziwić*; *Może za szybko miał te pieniądze, dziewczyny i sławę*. W oczach felietonisty jest więc Dziekanowski wybitnym sportowcem, ale i *człowiekiem z krwi i kości* – niekiedy ulegającym słabościom i ponoszącym porażki.

Inny felieton Stefana Szczepłka, w którym widoczne są nawiązania do konwencji sylwetki, nosi tytuł *Urodziny Pana Ryszarda*, a opublikowany został w 15. numerze „Piłki Nożnej" z 9 kwietnia 1996 roku:

> 12 kwietnia Ryszard Koncewicz kończy 85 lat. Takie zdanie przed dwudziestu i więcej laty nie wymagałoby komentarzy. Każdy wiedział, kim był Pan Ryszard dla polskiego futbolu. Dziś z tak niecodziennej okazji przypominam tę postać, ponieważ jak rzadko która na pamięć zasługuje.
>
> Nazywano go „człowiekiem z fajką" lub po prostu „Fają". Nie rozstawał się z nią i jeszcze teraz, kiedy ktoś wspomina o panu Koncewiczu, mówi o nim właśnie tak, choć dawny trener nie pali od wielu lat. Był pierwszym człowiekiem, który otrzymał w Polsce I klasę trenerską. Pierwszym, który z drużyną klubową zdobył w naszym kraju Puchar Polski i mistrzostwo w jednym roku. To w roku 1956, kiedy trenował warszawski CWKS. Miano najlepszej drużyny w Polsce zdobywał też z Polonią Bytom i Ruchem. W latach pięćdziesiątych nie mieliśmy lepszego trenera i nic dziwnego, że jak żaden inny związał się z Polskim Związkiem Piłki Nożnej.
>
> Ryszard Koncewicz urodził się we Lwowie. Kiedy Kazimierz Górski kończył tam wiek juniora, on był już znanym, 28-letnim piłkarzem Lechii. Grał jako środkowy pomocnik, a boiskowy przydomek „Kosa" może dawać wyobrażenie o tej grze. Tuż przed wybuchem wojny został zmobilizowany, ale jego 40 Pułk Piechoty „Dzieci Lwowskie", zamiast do Prus Wschodnich, dotarł do Warszawy. Podporucznik Koncewicz bronił Ochoty i Woli, otrzymał Krzyż Walecznych oraz Virtuti Militari. Po kapitulacji stolicy wywieziono go do oflagu w Woldenbergu, dzisiejszym Dobiegniewie w Gorzowskiem.
>
> Spędził tam resztę wojny, grając w obozowym zespole „Lwów". Wyzwolili go Rosjanie. Tułał się po Polsce, aż znalazł się tam, gdzie tysiące lwowiaków, nie mogących wrócić do własnych domów – na Śląsku. Był współzałożycielem Polonii Bytom, jej piłkarzem, a po zakończeniu kariery jednocześnie trenerem, masażystą, sekretarzem.
>
> Kiedy Wacław Kuchar został trenerem reprezentacji, zaproponował swemu krajanowi przyjście do PZPN. Pan Ryszard przyjechał więc do Warszawy w roku 1947 i już w niej pozostał. Pełniąc różne funkcje pracował w Związku lub współpracował z nim aż do roku 1980. Dokładnie w dniu swoich 69 urodzin przestał być wiceprezesem do spraw szkolenia.
>
> Jako członek tzw. kapitanatu, selekcjoner lub trener prowadził polską reprezentację w ponad siedemdziesięciu meczach. Po raz pierwszy w roku 1950, ostatni – w 1970. Ponosił porażki tak

[19] Co zrozumiałe, w felietonie przeważa opis zalet jego bohatera.

głośne jak z Włochami w Rzymie 1:6, odnosił sukcesy tak znane jak z Bułgarią w Warszawie 3:0. Mówiło się o nim, że jest lepszym teoretykiem niż praktykiem, trzeba jednak wziąć pod uwagę czasy, w jakich przyszło mu pracować. Nikt nigdy nie kwestionował jego fachowości. Był wyrocznią dla dziesiątków polskich trenerów ze Strejlauem, Piechniczkiem, Łazarkiem, Gmochem, Blautem, Kostką na czele. Jego fachowe felietony, drukowane od lat pięćdziesiątych na łamach „Piłki Nożnej", cieszyły się dużym zainteresowaniem polskich szkoleniowców, ponieważ Pan Ryszard miał zawsze coś ciekawego do powiedzenia.

Odszedł, kiedy zaczęły się największe sukcesy polskiego piłkarstwa. Nic dziwnego, że pozostał mu żal, na który nie ma rady. Ryszard Koncewicz mieszka o sto metrów od Kazimierza Górskiego. Obydwaj lwowiacy szanują się, ale nie odwiedzają. Kiedyś, w roku 1958, Pan Ryszard mógł zostać trenerem reprezentacji Holandii. Odmówił. Nie chciał wyjeżdżać z Polski. Może tam miałby więcej szczęścia?

85 urodziny obchodzi bohater polskich stadionów i Barykady Września na ulicy Grójeckiej. Bez pompy, jak o 10 lat młodszy Kazimierz Górski. Wszystkiego najlepszego![20].

Na sylwetkę prasową wystylizowany został cały korpus przytoczonego wyżej felietonu, co sprawia że zastosowana w tym przypadku adaptacja ma charakter globalny. Bohaterem wypowiedzi jest Ryszard Tadeusz Koncewicz[21] – polski działacz piłkarski, a w przeszłości także piłkarz, trener oraz podporucznik Wojska Polskiego. Bezpośrednim powodem napisania felietonu – co sugeruje między innymi jego tytuł – były osiemdziesiąte piąte urodziny tytułowego bohatera publikacji, przy okazji których Stefan Szczepłek pragnie przypomnieć (bądź uświadomić) czytelnikom, kim dokładnie jest Koncewicz i jak istotną odegrał on rolę w historii rodzimego futbolu.

Wypowiedź składa się z dwóch segmentów: tytułu oraz ośmioakapitowego korpusu. Poszczególne akapity mają różną długość, liczą bowiem od trzech do siedmiu zdań. W obrębie pierwszego akapitu felietonista przedstawia zasadnicze motywy powstania tekstu, informując jednocześnie o wieku i zbliżających się urodzinach bohatera. Środkowa część korpusu (akapity od drugiego do siódmego) obejmuje opis najważniejszych etapów życia Koncewicza, w akapicie zamykającym wypowiedź odnaleźć zaś można przede wszystkim powtórzenie informacji o jubileuszu działacza oraz życzenia dla solenizanta. Ponowne podanie przez autora informacji o urodzinach bohatera i przypomnienie o jego wieku sprawia że kompozycja analizowanego komunikatu ma charakter klamrowy.

W związku z wyrażoną przez felietonistę koniecznością rzetelnego zaprezentowania czytelnikom sylwetki Koncewicza oraz przekonaniu ich o jego wielkości i wyjątkowości, w tekście wyliczone zostają wyjątkowo liczne i zróżnicowane funkcje pełnione przez niego w czasie jego kariery zawodowej (*piłkarz*; *trener*; *masażysta*; *sekretarz*; *wiceprezes*; *członek tzw. kapitanatu*; *selekcjoner*), wszelkie

[20] S. Szczepłek, *Urodziny Pana Ryszarda*, „Piłka Nożna" 1996, nr 15, s. 12.

[21] Ryszard Koncewicz zmarł 15 marca 2001 roku w Warszawie.

instytucje, z którymi był związany (*warszawski CWKS*; *Polonia Bytom*; *Ruch* [Chorzów]; *Polski Związek Piłki Nożnej*; *Lechia* [Lwów]; *40 PP*; *obozowy zespół „Lwów”*; *reprezentacja Polski*; *„Piłka Nożna”*), a także jego osiągnięcia, zasługi oraz otrzymane przez niego wyróżnienia: *Był pierwszym człowiekiem, który otrzymał w Polsce I klasę trenerską*; *z drużyną klubową zdobył w naszym kraju Puchar Polski i mistrzostwo w jednym roku*; *Miano najlepszej drużyny w Polsce zdobywał też z Polonią Bytom i Ruchem*; *bronił Ochoty i Woli*; *otrzymał Krzyż Walecznych oraz Virtuti Militari*; *Był współzałożycielem Polonii Bytom*; *prowadził polską reprezentację w ponad siedemdziesięciu meczach*; *odnosił sukcesy tak znane jak z Bułgarią w Warszawie 3:0*. Wiele o zawodowej aktywności, doświadczeniach i bogatym życiorysie bohatera mówią przy tym niezwykle liczne – i często bardzo pomysłowe – peryfrazy, za pomocą których Szczepłek opisuje Koncewicza: *Pan Ryszard*; *„człowiek z fajką”*[22]; *dawny trener*; *piłkarz Lechii*; *podporucznik Koncewicz*; *współzałożyciel Polonii Bytom*; *wiceprezes do spraw szkolenia*; *członek tzw. kapitanatu*; *wyrocznia dla dziesiątków polskich trenerów*; *bohater polskich stadionów i Barykady Września na ulicy Grójeckiej*. Oprócz peryfraz warto wskazać także inne, bardziej rozbudowane fragmenty, w których publicysta pozytywnie wartościuje wychowanka Lechii Lwów: *Jego fachowe felietony* […] *cieszyły się dużym zainteresowaniem polskich szkoleniowców, ponieważ Pan Ryszard miał zawsze coś ciekawego do powiedzenia*; *W latach pięćdziesiątych nie mieliśmy lepszego trenera*.

Wśród charakterystycznych zabiegów, za pośrednictwem których autor nawiązuje w tekście nie tylko do konwencji sylwetki prasowej, ale i do biogramu, należy wymienić umieszczenie w korpusie wypowiedzi nazw miejscowości i regionów (*Lwów*; *Warszawa*; *Woldenberg*; *Śląsk*; *Bytom*; *Rzym*), dat (głównie rocznych), odnoszących się do poszczególnych etapów życia i kariery Koncewicza (*12 kwietnia* [1996]; *1956*; *1947*; *1980*; *1950*; *1970*; *1958*) oraz kilkunastu czasowników w trzeciej osobie liczby pojedynczej (*był*; *zdobył*; *zdobywał*; *trenował*; *prowadził*; *ponosił* [porażki]; *odnosił* [sukcesy]; *związał się*; *grał*; *bronił*; *otrzymał*; *pracował*; *współpracował*). Za pomocą różnorodnych środków językowo-stylistycznych w felietonie zaprezentowana została zatem znaczna część dokonań i działalność jego tytułowego bohatera.

W felietonistyce Stefana Szczepłka można odnaleźć więcej tekstów, w obrębie których autor odwołuje się do konwencji gatunkowej sylwetki osoby żyjącej (a także innych odmian sylwetki prasowej). Charakter jednostkowej adaptacji jest przy tym najczęściej związany z określoną intencją, która w danych okolicznościach

[22] Wskazana peryfraza została przez felietonistę jedynie przywołana i – jak sam zasugerował poprzez użycie cudzysłowu – nie jest jego autorstwa.

przyświecała publicyście. Mając na uwadze tę okoliczność, jak również fakt, że poetyka felietonu nie ogranicza autora ani w kontekście sposobu przedstawiania określonych miejsc, osób czy wydarzeń, ani też sposobu prezentowania adaptacji gatunkowych, nie można być zaskoczonym obecnością wielu oryginalnych rozwiązań w tym zakresie, wprowadzonych przez felietonistę „Piłki Nożnej".

Należy zatem mieć świadomość, że charakter znacznej części felietonów Szczepłka pozostaje w ścisłym związku z szeregiem zjawisk, takich jak felietonowy konceptyzm czy polimorficzność sylwetki jako gatunku. W celu zaintrygowania odbiorcy autor, jak się wydaje, umiejętnie wyzyskuje pokrewieństwo sylwetki z innymi formami wypowiedzi, takimi jak biogram czy życiorys urzędowy. Oprócz obecności interesujących nawiązań do obcych konwencji gatunkowych na uwagę zasługuje również fakt, że publicysta eksponuje w swoich wypowiedziach jedynie wyselekcjonowane przez siebie fakty z życia prezentowanych postaci, przedstawiając je z określonego punktu widzenia i opatrując subiektywnym komentarzem. Na plan pierwszy każdorazowo wysuwa się zatem sam nadawca wypowiedzi, zaś wybrane szczegóły z życia osób tworzą, jak należy przypuszczać, pewnego rodzaju tło dla indywidualnych przekonań, odczuć, sympatii, uprzedzeń, oczekiwań i obaw felietonisty, ujawnianych za pośrednictwem analizowanych komunikatów prasowych. Najważniejsza wydaje się więc nie tyle faktografia dotycząca prezentowanych zawodników, działaczy czy trenerów, co opinie samego autora, a także jego wspomnienia i prognozy odnoszące się do bohaterów publikacji. Wszystko to z kolei sprawia, że fakt przynależności tekstów Szczepłka do cyklu nie stanowi w istocie jedynej przesłanki nakazującej gatunkowo sklasyfikować omówione w artykule wypowiedzi jako interesujące i oryginalne felietony, a nie sylwetki prasowe.

Bibliografia

Źródła

Szczepłek S., *Darek wróć – czeka Warszawa*, „Piłka Nożna" 1996, nr 13.
Szczepłek S., *Urodziny Pana Ryszarda*, „Piłka Nożna" 1996, nr 15.
Szczepłek S., *WEAH najlepszy?*, „Piłka Nożna" 1995, nr 14.

Opracowania

Bauer Z., *Gatunki dziennikarskie*, [w:] *Dziennikarstwo i świat mediów*, red. E. Chudziński, Z. Bauer, Universitas, Kraków 2000.
Boniecka B., Panasiuk J., *Pisemne formy komunikacji z otoczeniem i promowania siebie*, [w:] *O sztuce publicznego występowania i komunikacji społecznej*, red. P. Nowak, Wydawnictwo Wszechnicy Polskiej i EFS, Warszawa 2007.

Borejszo M., *Językowy kształt nekrologów*, [w:] *Język trzeciego tysiąclecia II*, t. 1: *Nowe oblicza komunikacji we współczesnej polszczyźnie*, red. G. Szpila, Krakowskie Towarzystwo Popularyzowania Wiedzy o Komunikacji Językowej „Tertium", Kraków 2002.

Bulisz E., *Ku pamięci – nienekrologicznie*, „Acta Humana" 2014, t. 5.

Bulisz E., *Sylwetki kobiet w tygodniku „Wysokie Obcasy"*, [w:] *Kobiety w sferze publicznej. Teoria i praktyka*, red. M. Pataj, Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń 2015.

Chudziński E., *Felieton. Geneza i ewolucja gatunku*, [w:] *Dziennikarstwo i świat mediów. Nowa edycja*, red. Z. Bauer, E. Chudziński, Universitas, Kraków 2012.

Chudziński E., *Felieton*, [w:] *Słownik terminologii medialnej*, red. W. Pisarek, Universitas, Kraków 2006.

Fras J., *Dziennikarski warsztat językowy*, Wydawnictwo UWr, Wrocław 2005.

Iwańczyk P., *„Wchodził na boisko i stawał się geniuszem" – nawiązania do konwencji gatunkowej sylwetki-wspomnienia w felietonach z tygodnika „Piłka Nożna" z lat 1995–2008*, [w:] *Język i sport*, red. A. Czapla, M. Koper, „Fotopia", Lublin 2016.

Kaptur E., *Językowy kształt współczesnych nekrologów prasowych*, Wydawnictwo Poznańskie, Poznań 2008.

Kawka M., *Biogram jako gatunek tekstu*, „Język Polski" 2001, t. 81, nr 5.

Kolbuszewski J., *Z głębokim żalem… O współczesnej nekrologii*, Wydawnictwo UWr, Wrocław 1997.

Pietrzak M., *Wyznaczniki gatunkowe felietonu drugiej połowy XIX wieku na przykładzie tekstów Henryka Sienkiewicza, Bolesława Prusa i Aleksandra Świętochowskiego*, Wydawnictwo UŁ, Łódź 2013.

Piętkowa R., *Paratekst o autorze. Biogram i/czy prezentacja?*, [w:] *Gatunki mowy i ich ewolucja*, t. 2: *Tekst a gatunek*, red. D. Ostaszewska, Wydawnictwo UŚ, Katowice 2004.

Sojka-Masztalerz H., *Struktura współczesnych pożegnalnych nekrologów prasowych*, [w:] *Oblicza komunikacji 1. Perspektywy badań nad tekstem, dyskursem i komunikacją*, t. 2, red. I. Kamińska-Szmaj, T. Piekot, M. Zaśko-Zielińska, Krakowskie Towarzystwo Popularyzowania Wiedzy o Komunikacji Językowej „Tertium", Kraków 2006.

Stasiński P., *Poetyka i pragmatyka felietonu*, Zakład Narodowy im. Ossolińskich, Wrocław 1982.

Wojtak M., *Adaptacje gatunkowe i ich rola w modyfikowaniu wyznaczników gatunku (na przykładzie wypowiedzi prasowych)*, [w:] *Spotkanie. Księga jubileuszowa dla Profesora Aleksandra Wilkonia*, red. M. Kita, B. Witosz, Wydawnictwo UŚ, Katowice 2005.

Wojtak M., *Analiza gatunków prasowych. Podręcznik dla studentów dziennikarstwa i kierunków pokrewnych*, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2008.

Wojtak M., *Felietonista indywidualista, czyli o idiolekcie gatunkowo sprofilowanym*, [w:] *Język i styl twórcy w kręgu badań współczesnej humanistyki. Studia o języku i stylu artystycznym*, t. 5, red. K. Maćkowiak, C. Piątkowski, J. Gorzelana, Oficyna Wydawnicza Uniwersytetu Zielonogórskiego, Zielona Góra 2009.

Wojtak M., *Gatunki prasowe*, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2004.

Wojtak M., *Rola stylizacji w modyfikowaniu poetyki felietonu*, „Prace Filologiczne" 2007, t. 53.

Wojtak M., *Wyznaczniki gatunkowe sylwetki prasowej*, „Stylistyka" 2003, t. 12.

Wojtak M., *Wzorce gatunkowe wypowiedzi a realizacje tekstowe*, [w:] *Gatunki mowy i ich ewolucja*, t. 2: *Tekst a gatunek*, red. D. Ostaszewska, Wydawnictwo UŚ, Katowice 2004.

Wolny-Zmorzyński K., Kaliszewski A., Furman W., *Gatunki dziennikarskie. Teoria, praktyka, język*, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2009.

Worsowicz M., *Sylwetka-wspomnienie, czyli między tradycją a nowoczesnością tekstu dziennikarskiego*, [w:] *Wypowiedź dziennikarska. Teoria i praktyka*, red. B. Bogołębska, A. Kudra, Wydawnictwo UŁ, Łódź 2008.

Bartłomiej Maliszewski
Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej

CZY TO SĄ FELIETONY? – O KORESPONDENCJACH WACŁAWA RADZIWINOWICZA

Nietrudno znaleźć teksty, które są realizacją jednej z gatunkowych odmian felietonu. Wystarczy wszakże zajrzeć do czasopism, w których od lat pojawiają się artykuły znanych felietonistów albo sięgnąć po zbiory wydawane w formie książek. Dzięki zewnętrznym wyznacznikom tego gatunku, do których przynależy między innymi stałe miejsce w piśmie, cykliczność oraz niewielki rozmiar wypowiedzi, jeszcze przed lekturą samego tekstu czytelnik jest świadom, że ma do czynienia z felietonem[1], a wewnętrzne wyznaczniki tego gatunku, do których Maria Wojtak zalicza subiektywność przekazu oraz swobodę stylistyczną[2], powinny już tylko utwierdzać odbiorcę w tym przekonaniu.

W dobie rozwoju i komercjalizacji mediów przybywa jednakże tekstów, które są sygnowane jako felieton, choć nie sposób ich uznać za podręcznikową ilustrację właśnie tej formy wypowiedzi. Edward Chudziński spostrzega, że:

> We współczesnej praktyce medialnej o przynależności rozmaitych tekstów i wypowiedzi do gatunku felietonu rozstrzygają – nierzadko w sposób arbitralny (np. w spisie treści czasopisma) – sami nadawcy. W ten sposób zaciera się jeszcze bardziej jego wyrazistość gatunkowa, a za felietonistów uchodzą – z woli redakcji – autorzy (politycy, artyści, uczeni), którzy nie opanowali nawet podstaw warsztatu[3].

To, czy przedstawiany tekst stanowi przejaw warsztatowej maestrii, nie wydaje się jednak rzeczą najważniejszą. Istotne jest zaś to, by nazwisko autora i jego publikacje spotykały się z zainteresowaniem odbiorców danego pisma (np. dla gazety sportowej znany piłkarz może być bardziej pożądanym felietonistą niż niejeden doświadczony dziennikarz).

Rozmywanie wyrazistości gatunku wynika nie tylko stąd, że pisaniem felietonów zajmują się osoby o różnych profesjach i mniej lub bardziej twórczym podejściu do języka. Kolejna trudność w ustalaniu tego, co jest felietonem, wynika

[1] E. Chudziński, *Felieton. Geneza i ewolucja gatunku*, [w:] *Dziennikarstwo i świat mediów*, red. Z. Bauer, E. Chudziński, Universitas, Kraków 2000, s. 207.

[2] M. Wojtak, *Gatunki prasowe*, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2004, s. 204–205.

[3] E. Chudziński, *op. cit.*, s. 211.

również ze zwyczaju obdarzania tym mianem różnorodnych wypowiedzi samych dziennikarzy.

Odwołując się do korespondencji Wacława Radziwinowicza, niekiedy określanych przez redakcję „Gazety Wyborczej" jako felietony, spróbujemy wykazać, że perspektywę korespondenta trudno pogodzić z postawą felietonisty, a zapowiadanie publikowanych tekstów jako felietonów pogłębia problemy z definiowaniem tego gatunku, świadcząc zarazem o przemianach, które dokonują się w języku mediów.

1. Korespondent jako felietonista?

Na pytanie, czy korespondent może być felietonistą, wypadałoby odpowiedzieć twierdząco. Zawodowy dziennikarz, który ma rozległą wiedzę humanistyczną, zna tajniki warsztatu i jest uważnym obserwatorem otaczającej go rzeczywistości, nawet powinien się zmierzyć z tym właśnie gatunkiem. Ale czy redakcja wysyła dziennikarza do innego kraju, aby otrzymywać od niego właśnie felietony? Korespondent ma przede wszystkim informować o bieżących wydarzeniach, przedstawiać ich tło, relacjonować opinie innych, a także samemu występować w roli komentatora, który dokonuje oceny podejmowanych tematów, wyjaśniając oraz interpretując rzeczywistość. Tytuły cykli, w których są zamieszczane teksty Radziwinowicza: „Z Rosji o Rosji", „Co w Rosji piszczy?", uwydatniają perspektywę nadawcy jako kogoś, kto jest blisko opisywanych realiów i eksponują temat wypowiedzi jako źródła informacji czy opinii o tym, co się dzieje w największym kraju na świecie[4].

Zadaniem felietonisty nie jest zaś przedstawianie faktów oraz związanych z nimi opinii, ale stronnicze ukazywanie wybranych zjawisk czy problemów:

> W przeciwieństwie do innych gatunków dziennikarskich autor felietonu koncentruje swoją uwagę nie na samych wydarzeniach, nie na ich rzetelnym zrelacjonowaniu, lecz na wyrażeniu do nich własnego stosunku. Czyni to zazwyczaj w sposób przekorny, nierzadko złośliwy, a nawet szyderczy, mając do dyspozycji całą gamę literackich środków ekspresji, np. dowcip, aluzja, alegoria, przenośnia, hiperbola, gra słów, słownictwo kolokwialne, żargon, a nawet wulgaryzmy[5].

[4] Istotny jest tu również zaznaczony przez Tomasza Piekota element kreowanego autowizerunku pisma – zob. T. Piekot, *Dyskurs polskich wiadomości prasowych*, Universitas, Kraków 2006, s. 189–190. Tytuł cyklu: „Z Rosji o Rosji" zawiera bowiem metawiadomość o tym, że „Gazeta" przedstawia wydarzenia z największego kraju na świecie, korzystając z usług swojego korespondenta oraz różnorodnych źródeł informacji.

[5] E. Chudziński, *op. cit.*, s. 209.

Symptomem takiej postawy – jak zauważa Wojtak – są tytuły felietonowych cykli, np. „Votum separatum", „Próba głosu", „Felieton w tenisówkach"[6]. Subiektywność ujęcia tematu i swoboda nadawcy sprawiają, że:

> W odróżnieniu od takich gatunków jak komentarz czy reportaż informacja jest w felietonach przemycana w interpretacyjnym opakowaniu. Subiektywnie selekcjonowana, dygresyjnie komponowana i wartościująco przetwarzana zda się niemal znikać z tekstu[7].

Tym samym odbiór właściwego felietonu wymaga od odbiorcy wzmożonej aktywności oraz odpowiednio rozwiniętej kompetencji odbiorczej[8].

W gruncie rzeczy niełatwo więc połączyć rolę korespondenta, którego zadanie polega na informowaniu o bieżących wydarzeniach oraz przedstawianiu ich tła, z rolą felietonisty, który – paradoksalnie rzecz ujmując – „jest zobowiązany do swobody" i powinien z niej korzystać, manifestując osobisty punkt widzenia, posługując się bogatym repertuarem środków leksykalnych, wprowadzając elementy ironii czy satyry oraz stosując rozmaite gry z konwencjami gatunkowymi.

2. Czy każdy *felieton* to felieton?

Zastanawia fakt, dlaczego niektóre teksty, które w istocie nie są felietonami, bywają sygnowane właśnie tym mianem. Redaktorzy zdają się nie przywiązywać dużej wagi do medioznawczych dylematów i dość arbitralnie, a przy tym niekonsekwentnie, określają przynależność gatunkową poszczególnych wypowiedzi. Niektóre korespondencje Radziwinowicza są określane mianem *felietonu*, a inne – już nie. Gdyby te pierwsze wyróżniały się szczególnie oryginalnym ujęciem tematu, przejrzysta byłaby motywacja takiego zabiegu. Problem polega jednak na tym, że *felietonem* bywają nazywane wypowiedzi pełne szczegółowych informacji, a z kolei przy tekstach, w których wyraźna jest subiektywność przekazu, nie zawsze pojawia się taka etykietka.

Ów zamęt pogłębia fakt, że nawet te same wypowiedzi, funkcjonując na różnych nośnikach (w wydaniach papierowych oraz elektronicznych), a także widniejąc pod odmiennymi adresami internetowymi, bywają inaczej kategoryzowane – np. tekst Radziwinowicza *Petrodzierżawie* w internetowym archiwum „Gazety Wyborczej" jest zapowiadany jako komentarz, a na głównym portalu dziennika jest już nazywany felietonem, co stanowi symptom ekspansywności tego terminu i używania go w roli szyldu, którym są opatrywane dość różnorodne przekazy[9].

[6] M. Wojtak, *Gatunki prasowe*, *op. cit.*, s. 207.
[7] *Ibidem*, s. 211.
[8] Zob. E. Chudziński, *op. cit*., s. 213.
[9] Zob. Z. Bauer, *Gatunki dziennikarskie*, [w:] *Dziennikarstwo i świat mediów*, *op. cit*., s. 171.

Przyjrzyjmy się dla przykładu następującej wypowiedzi (której poniższa wersja pochodzi z internetowego archiwum „Gazety Wyborczej”):

ŻEGNAJ, KOPIEJKO
FELIETON

Rosja rozstaje się z kopiejką. Bank Centralny postanowił wycofać monetę o najmniejszym nominale.

Podobny los może spotkać i pięciokopiejkówkę, a Rosjanie w ogóle chcieliby zrezygnować z „żelezki”, jak nazywają metalowe pieniądze.

Kariera kopiejki była krótka. Z powodu inflacji w latach 1991–98 nie było w obiegu drobnych monet. Wróciły dopiero po 1 stycznia 1998 r., gdy Bank Centralny przeprowadził denominację rosyjskiej waluty. Nowy rubel wymieniano wtedy na tysiąc starych, a dolar zaczął kosztować nie 6300, ale 6,3 rubla. Wtedy też odrodził się rosyjski grosz.

Dziś dolar to prawie 31 rubli, a kopiejka to równowartość 0,1 grosza. Tak jak w czasach galopującej inflacji stała się zupełnie zbędna. Klienci w sklepach po prostu nie biorą reszty wydawanej drobniakami. Na chodnikach Moskwy leży pełno monet, po które nikomu nie chce się schylać.

A w produkcji jedna kopiejka kosztuje sporo, bo aż… 46 kopiejek. Nic dziwnego, że Bank Centralny zdecydował się wycofać rosyjski grosz. Żąda przy tym od handlowców, by rachunki klientów wyrównywali w dół do wielokrotności 10 kopiejek. Jeśli więc kasa wybije na przykład 5 rubli i 48 kopiejek, zapłacić trzeba będzie 5 rubli i 40 kopiejek.

Nie wiadomo jeszcze, co będzie z monetami pięciokopiejkowymi, których produkcja kosztuje 69 kopiejek od sztuki.

Najchętniej Rosjanie w ogóle zrezygnowaliby z monet, bo „tylko obciążają kieszenie”.

(„Gazeta Wyborcza”, nr 223, wydanie z 23.09.2010, GOSPODARKA, s. 21)

Zapowiadanie tego tekstu jako felietonu może dziwić, gdyż jest to po prostu rozbudowana wiadomość. Nadawca, który pełni funkcję korespondenta, nie może wszakże poprzestać na podaniu zwięzłego komunikatu o tym, co się stało. W przeciwnym wypadku zasadne byłoby pytanie, po co wysyłać dziennikarza do innego kraju, skoro można korzystać z depesz agencji prasowych. Wskazane są zatem dwie rzeczy: po pierwsze – dostarczanie kolejnych porcji informacji oraz opinii związanych z danym wydarzeniem, po drugie – dbałość o unikanie szablonowych, oficjalnych sformułowań.

Autor nie koncentruje się zatem na samym wydarzeniu, ale dość obszernie omawia jego tło – pokrótce relacjonuje historię kopiejek oraz bieżące problemy, które są związane z ich funkcjonowaniem. Przedmiotem uwagi są nie tylko czynniki ekonomiczne (nieopłacalność produkcji monet), ale też punkt widzenia zwykłych Rosjan, dla których kopiejki to rzecz niewarta uwagi i zwykły balast dla kieszeni. Nadawca ujawnia przy tym perspektywę korespondenta, który jest dobrze obeznany z rosyjskimi realiami. Omawiając postawę sąsiadów, wprowadza barbaryzm: *Rosjanie w ogóle chcieliby zrezygnować z „żelezki”, jak nazywają metalowe pieniądze*, a – ilustrując tezę o zbędności kopiejki – odwołuje się do własnych obserwacji jako mieszkańca rosyjskiej metropolii: *Klienci w sklepach*

po prostu nie biorą reszty wydawanej drobniakami. Na chodnikach Moskwy leży pełno monet, po które nikomu nie chce się schylać. Autor, nie eksponując własnej osoby, wzbogaca przekazywaną informację swoimi spostrzeżeniami.

Język nadawcy odznacza się prostotą; zgodnie z podstawowymi zasadami retoryki dziennikarskiej[10] dominują zdania pojedyncze oraz podrzędnie złożone, dzięki czemu tok wypowiedzi jest dynamiczny i łatwiejszy w odbiorze. Choć tekst zostaje zamieszczony w dziale „Gospodarka", dotycząc kwestii ekonomicznych, niewiele jest w nim terminów. Autor stara się unikać specjalistycznego słownictwa oraz oficjalnie nacechowanych sformułowań, personifikując opisywaną rzeczywistość, czego wykładnikiem jest intertekstualny tytuł oraz wiele innych konstrukcji (*podobny los może spotkać i pięciokopiejkówkę*; *kariera kopiejki była krótka*; *monety wróciły*; *odrodził się rosyjski grosz*).

Określanie tej wypowiedzi mianem *felietonu* – podobnie jak tytuł: *Żegnaj, kopiejko* – pozwala oczekiwać, że nie jest to oficjalnie nacechowany komunikat o podjętej przez bank decyzji, ale lekko i przystępnie napisany tekst o tym wydarzeniu. Subiektywizm nadawcy oraz jego swoboda nie sięgają jednak na tyle daleko, by uznać za rzecz zasadną użycie terminu *felieton*.

W tekstach korespondenta podawaniu informacji na temat niedawnych wydarzeń towarzyszy analiza ich przyczyn oraz skutków. Nadawca, przedstawiając poszczególne fakty, zwykle opatruje je wartościującymi sądami, a – jak spostrzega Wojtak – cechą komentarzy jest zazwyczaj to, że krytykują one określony aspekt rzeczywistości i rzadziej mamy do czynienia z tekstami, które jedynie objaśniają bądź aprobują jakieś zdarzenie, sposób postępowania czy opinię[11].

Jako drugi przykład tekstu określanego mianem *felietonu* przywołajmy komentarz, w którym autor – objaśniając to, co się wydarzyło – krytycznie odnosi się do relacjonowanej decyzji:

CAR-BECIKOWE PUTINA

FELIETON

Rosjanie lubią mieć wszystko największe. Szczycą się przechowywanym na Kremlu Car-Kołokołem, według nich największym na świecie dzwonem, który pęknięty nigdy nie dzwonił, lecz rzeczywiście jest ogromny. Mają tam też Car-Puszkę, armatę, która również nigdy nie strzelała, co nadrabia jednak imponującymi rozmiarami.

A wkrótce mieć będą też Car-becikowe. Obiecał je Rosjankom Władimir Putin w środowym dorocznym orędziu do narodu. Od 1 stycznia będzie ono wynosić 250 tys. rubli – w przeliczeniu na złotówki prawie 29 razy więcej od tego tysiąca, który należy się Polce, i nawet pięć razy więcej od tego, co hojna premier Julia Tymoszenko dała w ubiegłym roku Ukrainkom.

[10] Zob. W. Pisarek, *Nowa retoryka dziennikarska*, Universitas, Kraków 2002.

[11] M. Wojtak, *Gatunki prasowe*, *op. cit.*, s. 196.

Ale ćwierć miliona rubli należeć się będzie nie za każde dziecko, tylko za drugie. Przeciętna Rosjanka zazwyczaj poprzestaje na jednym potomku i następnego rodzić już nie chce. A to sprawia, że liczba obywateli kraju co roku spada o 700 tys., a Rosji grozi wyludnienie.

Przerażony tym Putin na niedawnym spotkaniu z dziennikarzami telewizyjnymi załamywał ręce, że jeśli tak dalej pójdzie, to „nie będzie komu ochraniać" rosyjskich przestrzeni. Ogromne becikowe ma sprawić, że w przyszłości przestrzeniom, rurociągom i polom naftowym obrońców nie zabraknie.

Zasiłek za drugiego potomka rodzice będą mogli przeznaczyć tylko albo na zakup mieszkania, albo na edukację dziecka. W Moskwie z Car-becikowego będzie pewnie pożytek taki sam jak z Car-Kołokoła czy Car-Puszki. W tym bezwstydnie bogatym i drogim mieście 29 tys. zł ledwie wystarcza na zakup 4 mkw. lichego mieszkania na peryferiach.

Ale na biednej prowincji taka suma to majątek. W małym miasteczku wystarczy na zakup mieszkania czy nawet domku. Tam Car-becikowe może rzeczywiście przysporzyć Rosji obrońców.

(„Gazeta Wyborcza", nr 115, wydanie z 18.05.2006, ŚWIAT, s. 11)

Tu również nadawca – powiadamiając o tym, co się stało – nie koncentruje swojej uwagi na samym wydarzeniu, ale dokonuje diagnozy sytuacji, manifestując znajomość rosyjskich realiów i dość swobodnie ujmując temat, czego wskaźnikiem jest nagłówek, który intryguje przez hybrydowe złożenie dwóch członów.

Biorąc pod uwagę treść słowa *becikowe* oraz funkcję, którą człon *царь*- pełni w języku rosyjskim, można wywnioskować, że w tekście będzie mowa o oferowanej przez prezydenta Rosji zapomodze na dziecko, której wysokość nie ma sobie równych. Kontynuacją tego tropu jest pierwszy akapit, w którym ogólnikowy sąd: *Rosjanie lubią mieć wszystko największe* zostaje uzasadniony odwołaniem do dwóch – słynących ze swej wielkości – zabytków rosyjskiej kultury o charakterystycznych nazwach. Zwracanie uwagi nie tylko na ich rozmiar, ale i niefunkcjonalność sugeruje, że obdarzanie zapomogi mianem *Car-becikowego* także ma na celu podkreślenie wielkości oferowanego świadczenia oraz krytyczną ocenę jego przydatności, co zostaje już wyrażone *expressis verbis* w dalszej części korpusu: *W Moskwie z Car-becikowego będzie pewnie pożytek taki sam jak z Car-Kołokoła czy Car-Puszki*.

Niemniej jednak to nie środki stylistyczne stanowią wyróżnik tekstów polskiego korespondenta. Charakterystyczne jest to, że aktualne wydarzenia są umiejscawiane na rozległym tle kulturowym. Znaczna wysokość obiecanego zasiłku stanowi impuls do przywoływania znanych dzieł rosyjskiej kultury. Przy omawianiu funkcji wprowadzonego świadczenia autor stwierdza, że: *Ogromne becikowe ma sprawić, że w przyszłości przestrzeniom, rurociągom i polom naftowym obrońców nie zabraknie*, ukazując cel podjętego działania z punktu widzenia władzy, dla której najważniejszą rzeczą jest ochrona kraju opierającego swoją potęgę na terytorialnej wielkości i bogactwach naturalnych. Prognozując skutki zapowiadanej reformy, nadawca akcentuje zaś rozdział pomiędzy bogactwem stolicy a biedą rosyjskiej prowincji, przedstawiając Rosję jako kraj kontrastów, w którym za tę

samą kwotę można kupić 4 mkw. mieszkania na moskiewskich peryferiach albo domek w małym miasteczku. Omawianie bieżących wydarzeń ze świata rosyjskiej polityki czy ekonomii staje się okazją, by przybliżać polskiemu odbiorcy obcą mu kulturę. Nadawca występuje zarówno w roli reportera, który informuje o tym, co się stało, jak i eksperta, który – omawiając przyczyny oraz skutki poszczególnych wydarzeń – dzieli się z czytelnikiem swoją wiedzą na temat Rosji.

Dlaczego jednak określać ów tekst mianem *felietonu*? Autor nie demonstruje tu postawy przekory, a jedynie dokonuje oceny sytuacji, argumentując swoje stanowisko. Nadawca dba o atrakcyjność przekazu, ale ma znacznie bardziej ograniczoną swobodę niż felietonista, dla którego język jest tworzywem kreowania takiego obrazu świata, który odpowiada „osobistemu, przekornemu, ironicznemu lub żartobliwemu widzeniu codziennych spraw”[12].

Czy więc znaczenie słowa *felieton* jest na tyle ogólnikowe, że może się odnosić zarówno do utworów wyrażających prowokacyjną postawę nadawcy, jak i dość rzeczowych wypowiedzi informacyjno-publicystycznych? Czy raczej wypada uznać, że to określenie ma charakter polisemiczny? A może zapowiadanie powyższych tekstów jako felietonów to jedynie przejaw nadużywania tego terminu?

Trudno ów problem jednoznacznie rozstrzygnąć (w pierwszych dwóch wypadkach można odwoływać się do kryterium uzusu, w trzecim – do kryterium autorytetu). Łatwo jednak zgodzić się z tym, że określanie różnorodnych tekstów mianem *felietonów* nie sprzyja kształtowaniu świadomości gatunkowej[13]. Tym istotniejszą rolę odgrywa zatem refleksja genologiczna, a przede wszystkim twórczość uznanych felietonistów, dzięki którym łatwo dostrzegać różnicę pomiędzy tekstem stanowiącym reprezentatywny przykład tego gatunku a wypowiedzią, która jest jedynie sygnowana jako felieton.

3. Felietonowość przekazów

Należy przyznać, że postawa przekory oraz swoboda językowa nadawców nie ogranicza się do samych felietonów, uwidaczniając się również i w innych tekstach prasowych. Zmiany ustrojowe w 1989 roku oraz dynamiczny rozwój techniki sprawiły, że media w Polsce oraz używany w nich język w krótkim czasie stały się przedmiotem fundamentalnych przeobrażeń. Walery Pisarek, pisząc o polskich mediach po roku 1989, lapidarnie stwierdza, że: „[…] gazeta-agitator ustąpiła miejsca gazecie-komiwojażerowi”, a za „grzech śmiertelny

[12] Z. Bauer, *op. cit.*, s. 161.

[13] M. Balowski, *Świadomość gatunkowa a wzorzec normatywny (na przykładzie gatunków prasowych)*, [w:] *Gatunki mowy i ich ewolucja*, t. 1, red. D. Ostaszewska, Wydawnictwo UŚ, Katowice 2000, s. 319.

przekazu, pisma czy programu radiowo-telewizyjnego uchodzi brak szerszego zainteresowania społecznego”[14].

Z jednej strony, dostarczanie przyjemności z lektury nie wydaje się najważniejszą funkcją prasy. Zbigniew Bauer, omawiając zadania mediów, ich funkcję ludyczną wymienia na ostatnim miejscu:

> Informowanie, czyli przekazywanie wiadomości, jest jednym z podstawowych zadań każdego medium. Oprócz niego – jak wspomnieliśmy – media spełniają także inne funkcje: wyjaśniają, interpretują rzeczywistość, dążąc do ukształtowania pewnych postaw swoich odbiorców, […] a także bawią, wypełniając czas wolny[15].

Z drugiej strony, funkcja ludyczna jest o tyle istotna, że to właśnie dzięki niej tekst może spełniać swoje pozostałe zadania. Aby skłonić odbiorcę do zapoznania się z przedstawianym tekstem, warto wszakże zadbać o jego atrakcyjność. Maria Wojtak podsumowuje, że: „By zdobyć czytelnika, podaje się często informacje w taki sposób, aby ich lektura nie sprawiała kłopotów, była łatwa, lekka i przyjemna”[16]. Stąd też możemy mówić o felietonowości przekazów, której przejawem jest umniejszana oficjalność wypowiedzi, manifestowana przez nadawcę swoboda stylistyczna oraz dystans wobec przedstawianych wydarzeń.

Między wiadomościami czy komentarzami, napisanymi w lekki i przystępny sposób, a reprezentatywnymi ilustracjami felietonu jest jednak na tyle wyraźna różnica, że trudno uznać za rzecz uprawnioną określanie tak różnych tekstów jednym mianem. Felieton, choć jest kojarzony z lekkością stylu, w istocie bywa subtelną grą z czytelnikiem[17], a nazywanie przeróżnych tekstów *felietonami* nie tylko niewiele mówi o ich realnej przynależności genologicznej, ale też przyczynia się do tego, że ów elitarny gatunek może być traktowany jako dość pospolita forma medialnej wypowiedzi, której głównym wyróżnikiem jest cykliczność, niewielki rozmiar oraz osłabiona szablonowość przekazu.

Bibliografia

Balowski M., *Świadomość gatunkowa a wzorzec normatywny (na przykładzie gatunków prasowych)*, [w:] *Gatunki mowy i ich ewolucja*, t. 1, red. D. Ostaszewska, Wydawnictwo UŚ, Katowice 2000.

[14] W. Pisarek, *Język w mediach, media w języku*, [w:] *Język w mediach masowych*, red. J. Bralczyk, K. Mosiołek-Kłosińska, Upowszechnianie Nauki – Oświata „UN-O”, Warszawa 2000, s. 11.

[15] Z. Bauer, *op. cit.*, s. 149.

[16] M. Wojtak, *Rozrywka w prasie codziennej – wybrane aspekty*, [w:] *Humor i karnawalizacja we współczesnej komunikacji językowej*, red. J. Mazur, M. Rumińska, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2007, s. 39.

[17] M. Wojtak, *Gatunki prasowe*, *op. cit*., s. 202.

Bauer Z., *Gatunki dziennikarskie*, [w:] *Dziennikarstwo i świat mediów*, red. Z. Bauer, E. Chudziński, Universitas, Kraków 2000.

Chudziński E., *Felieton. Geneza i ewolucja gatunku*, [w:] *Dziennikarstwo i świat mediów*, red. Z. Bauer, E. Chudziński, Universitas, Kraków 2000.

Piekot T., *Dyskurs polskich wiadomości prasowych*, Universitas, Kraków 2006.

Pisarek W., *Język w mediach, media w języku*, [w:] *Język w mediach masowych*, red. J. Bralczyk, K. Mosiołek-Kłosińska, Upowszechnianie Nauki – Oświata „UN-O", Warszawa 2000.

Pisarek W., *Nowa retoryka dziennikarska*, Universitas, Kraków 2002.

Wojtak M., *Gatunki prasowe*, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2004.

Wojtak M., *Rozrywka w prasie codziennej – wybrane aspekty*, [w:] *Humor i karnawalizacja we współczesnej komunikacji językowej*, red. J. Mazur, M. Rumińska, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2007.

Magdalena Ślawska
Uniwersytet Śląski

TU SOBIE USIĄDŹMY, CZYLI O SPOSOBACH ROZPOCZYNANIA WYWIADU

Rozpocznę od fragmentu dialogowanego wstępu znanych dziennikarzy do ich współautorskiej antologii wywiadów:

> **Piotr Mucharski**: Pozwolisz, Kasiu, że to ja zadam pierwsze pytanie…
> **Katarzyna Janowska**: Przecież już dawno nie walczymy o to, które z nas zaczyna…
> **PM**: I tak wymyśliliśmy je wspólnie: czy nałóg rozmowy jest szkodliwy?
> **KJ**: Nam sprzyjał. […][1]

Te krótkie wymiany dialogowe dwójki dziennikarzy, którzy mówią o sobie, że są „nałogowo uzależnieni od rozmów", zdradzają kanoniczną zasadę funkcjonowania gatunku – wywiad zawsze rozpoczyna dziennikarz. To on wymyśla i zadaje pytanie (w ich przypadku, wymyślają je we dwójkę i decydują, kto z nich ma je zadać osobie, z którą wywiad jest przeprowadzany). Przytoczone wyżej wypowiedzi zdradzają także metodę prowadzenia rozmów – jest to ich wewnętrzna współpraca.

W artykule chcę pokazać takie realizacje wywiadu, w których praktyka jest zupełnie odmienna. Skupię się bowiem na początkach, fragmentach inicjalnych, które rozpoczynają się od wypowiedzi bohatera wywiadu. Mam nadzieję, że to pozwoli zaprezentować kilka elementów istotnych dla samego gatunku.

Gatunek – wywiad – struktura

Gatunek jest pewną formą, wzorcem organizacji tekstu[2]. Za Marią Wojtak rozpatruję gatunek przez pryzmat jego czterech aspektów (strukturalnego, poznawczego, stylistycznego i pragmatycznego)[3].

Wywiad jest gatunkiem, którego podstawowym wyznacznikiem jest jego dialogowy charakter. Mieści się to w jego utrwalonym układzie kompozycyjnym, czyli schemacie pytań i odpowiedzi.

[1] K. Janowska, P. Mucharski, *Próbka reprezentatywna*, Świat Książki, Warszawa 2008, s. 5.

[2] Por. S. Gajda, *Gatunkowe wzorce wypowiedzi*, [w:] *Współczesny język polski*, red. J. Bartmiński, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2010, s. 255.

[3] Por. M. Wojtak, *Gatunki prasowe*, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2004, s. 16–17.

Maria Wojtak wskazuje, że wywiad w wersji kanonicznej tworzą: nagłówek, korpus, czyli segment główny wywiadu oraz formuła finalna. Segment główny wywiadu prototypowo ma kształt dialogowy, czyli składa się z pytań dziennikarza i odpowiedzi jego rozmówcy. Kanonicznie pierwsza wypowiedź należy do dziennikarza:

> […] ekspozycję – punkt wyjścia rozmowy zwykle stanowią repliki, w których dziennikarz proponuje główny temat konwersacji, przedstawia rozmówcę, wymieniając jego funkcje, ostatnie wydarzenia z jego życia (fakty, które motywują podjęcie rozmowy), dookreślając postawę własną czy odwołując się do obiegowych sądów o bohaterze wywiadu[4].

Podobne stanowisko formułuje Małgorzata Kita:

> […] odbiorca otrzymuje tekst, w którym inicjatywa tematyczna (i formalna także) wchodzi w zakres prerogatyw przeprowadzającego wywiad. Do jego kompetencji należą tak istotne w strukturze tekstu momenty jak sekwencja otwierająca i zamykająca. […] On jest „gospodarzem" wywiadu. To on stawia pytania, na które udzielający wywiadu powinien odpowiedzieć, choć ma także prawo odmawiania odpowiedzi[5].

Dziennikarz w wywiadzie przede wszystkim panuje nad całością tekstu. To on, mimo że jego wypowiedzi są krótsze, kompetencyjnie ma rolę tekstotwórczą w wywiadzie.

Pierwsze pytanie – miejsce strategiczne

Tekst prasowy, w zgodzie z analizą lingwistyczną, traktuję jako zorganizowaną przestrzeń tekstową – makrostrukturę, w której można poszukiwać miejsc dla niego kluczowych. Urszula Żydek-Bednarczuk nazywa je pozycjami strategicznymi[6], Anna Duszak pisze o nich, że są to sygnały, które pomagają orientować się w świecie tekstu[7]. Miejsca strategiczne wskazują na interakcyjność tekstu prasowego, ponieważ to one pozwalają odbiorcy ustalić, w jakim punkcie się znajduje, ale też przede wszystkim przyciągają jego szczególną uwagę.

Warto nadmienić, że w prasie miejsca strategiczne są dodatkowo podkreślone graficznie: wielkością czcionki, proporcją światła, elementami zwizualizowanymi.

---

[4] *Ibidem*, s. 244.

[5] M. Kita, *Wywiad jako gra. „Aktorzy" wywiadu z perspektywy paratekstualnej*, [w:] *Gry w języku, literaturze i kulturze*, red. E. Jędrzejko, U. Żydek-Bednarczuk, Energeia, Warszawa 1997, s. 96.

[6] U. Żydek-Bednarczuk, *Wprowadzenie do lingwistycznej analizy tekstu*, Universitas, Kraków 2005, s. 171.

[7] A. Duszak, *Tekst, dyskurs, komunikacja międzykulturowa*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1998, s. 127.

To one ułatwiają poruszanie się po tekście, niejako nawigują i przede wszystkim zachęcają czytelnika do zapoznania się z tekstem głównym, czyli korpusem tekstu prasowego, a zatem ułatwiają jego odbiór.

Obok tytułów i lidów to właśnie początek i koniec tekstu są istotnymi miejscami strategicznymi. Anna Duszak wskazuje:

> […] pozycje strategiczne to w pierwszym rzędzie pozycja otwarcia tekstu i/lub segmentu tekstowego, w drugiej kolejności – pozycja zamknięcia, co pozwala mówić o tzw. ramie tekstu. Na treściach zlokalizowanych w tych pozycjach skupia się zwiększona uwaga odbiorcy, prowadząca do intensyfikacji procesów przetwarzania informacji[8].

Walery Pisarek wskazuje natomiast złotą zasadę konstrukcji tekstów prasowych: „[…] każdą wypowiedź prasową dobrze jest rozpoczynać od jednego z jej najefektowniejszych elementów”[9], właśnie po to, aby pozyskać czytelnika.

Punkt otwarcia tekstu w wywiadzie to pierwsze dziennikarskie pytanie, które rozpoczyna dialogową jego segmentację. Po tytule i lidzie to istotne miejsce wejścia w tekst główny. Ze względu na graficznie pogrubioną pierwszą dziennikarską wypowiedź, każdy moment odstępstwa (rozpoczęcia wywiadu przez jego bohatera) jest bardzo szybko rozpoznawalny przez czytelnika.

Monika Grzelka podkreśla, że:

> […] każda wypowiedź dziennikarska […] uważana jest za pytanie, ponieważ wyznaczany przez gatunek tekstu cel illokucyjny spowodować ma reakcję zwrotną interlokutora. Takiej dziennikarskiej wypowiedzi towarzyszy jako człon uzupełniający (obligatoryjny, konstytuujący parę przyległą// wymianę) odpowiedź[10].

To istotne spojrzenie na wypowiedzi dziennikarskie, mające przecież skłaniać do reakcji osobę, z którą wywiad jest przeprowadzany. Zakładam, że podstawowa dialogowa wymiana to pytanie wraz z odpowiedzią na nie.

Co istotne, pierwsze pytanie pełni funkcję pragmatyczną, czyli oddziałuje na odbiorcę, zachęca go do wgłębienia się w tekst wywiadu. Pierwsze pytanie jest niejako przedłużeniem funkcji pragmatycznej tytułu prasowego[11]. Podobnie o pierwszym pytaniu wypowiadają się praktycy gatunku. Jacek Tomczuk w warsztacie dla adeptów dziennikarstwa pisze:

---

[8] *Ibidem*, s. 128.

[9] W. Pisarek, *Nowa retoryka dziennikarska*, Universitas, Kraków 2002, s. 166.

[10] M. Grzelka, *Pytanie dziennikarskie. Pragmatyka i retoryka*, Wydawnictwo Poznańskie Studia Polonistyczne, Poznań 2008, s. 52.

[11] Trzy podstawowe funkcje tytułu to funkcja nominatywna (nazywająca tekst), deskryptywna (przedstawiająca treść materiału prasowego) oraz pragmatyczna (oddziałująca na odbiorcę). Por. S. Gajda, *Społeczna determinacja nazw własnych tekstów (tytułów)*, „Socjolingwistyka”, t. 6, red. W. Lubaś, Warszawa–Kraków 1987, s. 83.

> […] pierwsze pytanie nie musi atakować, lecz być atrakcyjne, wyzwalać w rozmówcy chęć podjęcia trudu wymiany myśli. Powinno być wyraziste, krótkie i proste. […] Pytanie ma chwycić byka za rogi. Bykiem nie jest rozmówca, widz czy czytelnik, tylko temat. Pytanie ma mieć siłę rażenia, wytworzyć między rozmówcami napięcie, zaciekawić odbiorcę, żeby poszedł dalej[12].

Podobnie wypowiada się w *Biblii dziennikarstwa* Katarzyna Bielas: „[…] zacznij ciekawie. Czasem może być zaczepnie, dowcipnie, ale nie na siłę. To musi mieć sens dla tekstu, ponieważ pierwsze pytanie go ustawia”[13]. Natomiast Lawrence Grobel podkreśla, że „nieważne jednak, z kim rozmawiasz – najważniejsze, żeby twój wywiad był ciekawy od samego początku. Jeśli nie będzie, mnóstwo czytelników odłoży magazyn z powrotem na półkę, bo zniechęceni pierwszymi linijkami tekstu nie będą chcieli czytać dalej”[14]. Ta świadomość mocy pierwszej wymiany, mocy pierwszego pytania wynika i z funkcji, i z ważnego miejsca w tekście. Czy zatem próby jego pominięcia spełnią tę samą funkcję?

Brak pierwszego dziennikarskiego pytania

Anna Wierzbicka tak definiuje pytanie: jest to „ciąg prostych zdań, wyrażających założenia, intencje i inne akty umysłowe mówiącego”. Dzięki formule obrazującej ten akt mowy wyraźnie zaznacza jego cele komunikacyjne:

> chcę, żebyś sobie wyobraził, że ja nie wiem tego, co ty wiesz, i że chcesz mi to powiedzieć
> mówię to, bo chcę żebyś mi to powiedział[15].

W przypadku braku pierwszego pytania w wywiadzie ta intencja mogłaby być wyrażona następująco:

> chcę, żebyś sobie wyobraził, że ja nie wiem (albo nie wie czytelnik) tego, co ty wiesz, i że chcesz mi to powiedzieć
> nie mówię tego, ale chcę, żebyś mi to powiedział.

I właśnie struktura wywiadu, jego dialogowy charakter zakłada, że osoba, z którą wywiad jest przeprowadzany, mówi nawet wtedy, kiedy nie jest pytana, świadomie uczestniczy w dialogu.

---

[12] J. Tomczuk, *Sztuka pytania*, „Press” styczeń 2006, s. 70.

[13] K. Bielas, *Wywiad prasowy. Nie dla narcyzów*, [w:] *Biblia dziennikarstwa*, red. A. Skworz, A. Niziołek, Wydawnictwo Znak, Kraków 2010, s. 485.

[14] L. Grobel, *Sztuka wywiadu. Lekcje mistrza*, Wydawnictwo Wojciech Marzec, Warszawa 2006, s. 189.

[15] A. Wierzbicka, *Genry mowy*, [w:] *Tekst i zdanie. Zbiór studiów*, red. T. Dobrzyńska, E. Janus, Zakład Narodowy im. Ossolińskich, Wydawnictwo Polskiej Akademii Nauk, Wrocław 1983, s. 129.

Poszukując nietypowych fragmentów finalnych w wywiadzie, znalazłam kilkadziesiąt realizacji tego typu. Traktuję je jako alternacje gatunkowe[16], które powstały na skutek redukcji ważnego inicjalnego fragmentu wywiadu – pierwszego dziennikarskiego pytania. Co ważne, część dziennikarzy stosowała taki sposób rozpoczynania wywiadów zdecydowanie chętniej. Najwięcej realizacji tego typu odnalazłam w wywiadach Małgorzaty Domagalik z miesięcznika „Pani" (cykl wywiadów „Mistrz i Małgorzata") oraz w wywiadach Arkadiusza Bartosiaka i Łukasza Klinkego z „Playboya", ale dla zilustrowania tych innowacji gatunkowych pojawią się także przykłady z innych gazet.

Postanowiłam te nietypowe sposoby rozpoczynania wywiadów podzielić na cztery kategorie wypowiedzi, w których:

– wybierany jest temat rozmowy (negocjowany z dziennikarzem lub narzucony przez bohatera wywiadu);

– bohater mówi o sobie (od początku, pokazując świadomość siebie jako osoby, z którą wywiad jest przeprowadzany);

– pokazane są kulisy przeprowadzenia wywiadu;

– widoczna jest zmiana ról nadawczo-odbiorczych.

Ta próba kategoryzowania wypowiedzi, mam nadzieję, najpełniej zaprezentuje różnorodne realizacje sposobów rozpoczynania wywiadów przez ich bohaterów.

Temat rozmowy

Bardzo często, kiedy dziennikarze oddawali głos swojemu bohaterowi, ten rozpoczynał od pytania dotyczącego tematu spotkania. Przykładowo:

O czym będziemy rozmawiać?
O pani warsztacie, „Szkole wywiadu Teresy Torańskiej".
Och, to są intuicyjne rzeczy.
To może ja powiem tak… Bohater czy rozmówca?
Bohater. I nigdy nie używam słowa „wywiad". Gdy w domu przygotowujesz pytania, a potem podczas spotkania z daną osobą je odklepujesz i wyciągasz informacje – to jest wywiad. Ja prowadzę rozmowy. Mój bohater często mnie niesie w innym kierunku, niż zaplanowałam, i ja mu się poddaję. Rozmowa to jest również inny język: potoczność, jakieś marginalia, spojrzenie w okno, bieganie po tematach.

(„Duży Format" 10.01.2013)

O czym będziemy rozmawiali?
O życiu.

[16] Warto w tym miejscu przywołać ustalenia Marii Wojtak dotyczące trzech zasadniczych kategorii wzorca gatunkowego. Są to: wzorzec kanoniczny, wzorce alternacyjne i wzorce adaptacyjne, M. Wojtak, *op. cit.*, s. 18.

Już się bałem, że o dupach. A to byłoby nieoryginalne. Pamiętajcie o tym, proszę. Od razu też zastrzegam, że moje słowa będą moją prawdą na dzisiaj. Tu i teraz. Jutro będę formułował myśli w inny sposób. Tak czy inaczej nie chciałbym, aby nasza rozmowa była średnia. Czy może być inna od reszty wywiadów?

Postaramy się. […]

(„Playboy" marzec 2010)

O czym będziemy rozmawiali?

O tobie.

Dobrze. Tylko na początku wielka prośba: przeczytajcie mi najpierw pytania. To nie oznacza, że nie będziecie mogli ich zmieniać albo że boję się zaskoczenia. Muszę poznać wasz scenariusz, żeby móc się do niego dopasować. Nie chciałbym, aby było tak, że coś, co powiem na początku, będzie się uzasadniało dopiero na końcu.

(„Playboy" maj 1993)

Pytania o temat zostały wyrażone wprost przez osobę, z którą wywiad był przeprowadzany. W pytaniach: *o czym będziemy rozmawiać?*; *o czym będziemy rozmawiali?* odnajduję także możliwość kontrolowania interakcji przez bohatera wywiadu[17]. Co ciekawe, we wszystkich przykładach w kolejnych replikach bohaterów wywiadu do głosu dochodzą istotne spostrzeżenia dotyczące samego gatunku. Teresa Torańska mówi o tym, jak rozmawia i o jak wielu rzeczach podczas jej wywiadów decyduje bohater spotkania. Andrzej Seweryn zachęca, aby przeprowadzono z nim wywiad *inny od reszty wywiadów*. Natomiast Jacek Kuroń prosi o scenariusz spotkania, aby móc razem z dziennikarzami poznać przebieg rozmowy. Ten sposób rozpoczęcia wywiadu można potraktować jako metatekst, ponieważ i dziennikarz, i osoba, z którą wywiad jest przeprowadzany, zwracają uwagę na współtworzenie tekstu wywiadu.

W wywiadzie ze Stanisławem Jarząbkiem, byłym ambasadorem na Kubie, bohater sam narzuca tematykę pierwszych dialogowych wymian:

No i sprawdziło się!

Co?

W 1973 roku na konferencji prasowej zapytano Fidela, kiedy Kuba i Stany Zjednoczone rozpoczną dialog. Odpowiedział, że gdy USA będą miały czarnego prezydenta, a papieżem zostanie Latynos.

Podobno to bujda.

Może, ale to bardzo do Fidela podobne.

(„Duży Format" 31.03.2016)

[17] Innym przykładem pytania o tematykę wywiadu jest początek wywiadu z Joanną Chmielewską:

„Co to ma być za wywiad?

Powstało nowe czasopismo, literacki miesięcznik «Bluszcz», w którym planuje się publikację tekstów znamienitych pisarzy. W tym i pani autorstwa.

A wie pan, mam nawet w domu jeden rocznik «Bluszcza», z 1905 roku". („Bluszcz" listopad 2008).

To zupełnie inny przykład wprowadzenia do tematu spotkania, niż te zaprezentowane wcześniej. Bohater sam wprowadza dziennikarza w tematykę, która jest mu bliska i ciekawa. To pokazuje, że niejako przejmuje sterowanie wywiadem, przynajmniej w tych początkowych wypowiedziach.

Bohater o sobie – autokreacja

Zdarza się, że pierwsza replika osoby, z którą wywiad jest przeprowadzany, dotyczy jej samej. Te przykłady będą pokazywać autokreację bohatera wywiadu, który ma świadomość roli, jaką pełni w kontekście przeprowadzanego wywiadu. Oto fragmenty inicjalne tego typu:

Co się stało, pani redaktor, że raptem padło na mnie?
Nie raptem…
Ze zdziwieniem, ale z miłym uczuciem przyjąłem zaproszenie. Jestem już raczej na uboczu.
Zawsze warto rozmawiać z kimś, kto ma w życiu tzw. punkt odniesienia.
Ciągłość jest szalenie ważna.

(„Pani" styczeń 2009)

Chciałbym panią uprzedzić, że mimo pozorów nie jestem łatwym rozmówcą. Jeśli więc będę się zwijał, kręcił…
Proszę mi zaufać. Z Andrzejem Żuławskim też dałam sobie radę.
O, z Andrzejem Żuławskim to nie jest trudne.
Nie?
Nie. Dopuszcza go pani do głosu i ma z głowy.
Rozmawialiśmy…

(„Pani" czerwiec 2011)

Obie realizacje pierwszej wypowiedzi dotyczą postrzegania siebie. Pierwszy przykład wyraża zaskoczenie, ale także zadowolenie z powodu udziału w spotkaniu, w drugim zaznaczona jest świadomość siebie jako niełatwego rozmówcy.

Pojawiły się także takie realizacje początków wywiadu, w których bohater wyrażał swój stres czy onieśmielenie. Uczucia te wynikały ze świadomości publikacji tekstu rozmowy:

Jestem onieśmielony, od razu mówię.
Mam w to uwierzyć?
Proszę, żeby pani uwierzyła.

(„Pani" czerwiec 2013)

Jestem gotowy. Czuję to, bo zaczyna mi się kurczyć grasica albo jakiś inny organ. Objaw stresu przedegzaminacyjnego. Boże, nie dam rady. Będę nieśmieszny. Nie będę miał anegdot…
Bo wszystkie już nam opowiedziałeś sześć lat temu.
Właśnie. I teraz się czuję jak zlękniony bohater kreskówki, którego goni potwór. Nie bierzcie tego oczywiście do siebie.

(„Playboy" październik 2014)

Wszystkie wypowiedzi dotyczące siebie jako bohatera wywiadu – czy to wyrażające lęk, zadowolenie, czy świadomość tego, że nie jest się idealnym rozmówcą – doskonale obrazują świadomość danego gatunku u osób, z którymi wywiad jest przeprowadzany[18]. To być może świadomość upublicznienia tekstu wywiadu, tekstu, którego są przecież współtwórcami.

Kulisy wywiadu

Bardzo często wypowiedzi bohatera, pierwsze wymiany pokazywały kulisy powstawania wywiadów. Były to fragmenty jakby „rozbiegowe" dla wywiadu właściwego, a jednak świadomie przez dziennikarza pozostawione.

Tu sobie usiądźmy. Ta kanapa jest tu od niedawna. Ledwo zmusiłam Andrzeja, żeby zniósł ją z góry. Zajęło nam to 15 minut, ale on nie lubi niczego zmieniać i tracić czasu na, jak mówi, bezsensowne duperele. Po 15 latach zrobiłam to przemeblowanie.

Czyli pierwszy raz od powstania Czarnego. 15 lat to szmat czasu.

E tam. Moment. Cały czas mnie zaskakuje, że to się tak rozwinęło […].

(„Duży Format"19.07.2012)

Zaraz będę gotowa, przepraszam. Złożę tylko skrzypce i wymyję struny. One muszą odpocząć. Są zmęczone. Bardzo.

Pani też.

Agata, proszę. Wolę być jeszcze Agatką.

Masz 21 lat.

I nie mogę spać. Kładę się do łóżka, zamykam oczy i…

Dalej grasz?

Dalej gram. A w głowie burza oklasków. Ciągle słyszę brawa. Widzę różne obrazy. […]

(„Duży Format" 6.11.2006)

Zaprezentowane przykłady idealnie obrazują i temat, i bohaterki wywiadów. Monika Sznajderman, szefowa Wydawnictwa Czarne rozpoczyna wywiad od formuły: *tu sobie usiądźmy. Ta kanapa jest tu od niedawna*. Wskazanie miejsca dziennikarce jednocześnie rozpoczyna opowieść o wydawnictwie. Podobnie początek rozmowy z Agatą Szymczewską, zwycięzczynią Międzynarodowego Konkursu Skrzypcowego imienia Henryka Wieniawskiego, to wywołanie tematyki spotkania, ale także próba nakreślenia jej postaci w kilku pierwszych wymianach. Pojawia się

[18] Może się zdarzyć, że wypowiedź bohatera wywiadu, mówiąca o tym, jakie podejście ma do wywiadu, sprawia, że to dziennikarz wyraźnie określa swoją rolę: „Czasami lubię podłubać w wywiadzie. Nie żeby pokazać siebie w lepszym świetle, tylko bywa, że mam problem z nadgadatliwością… **Ale to ja jestem od tego, żeby czuwać nad nadgadatliwością… Ale ja czasami jeszcze coś dorzucam"**. („Pani" wrzesień 2015).

więc niezgoda na formę adresatywną[19] *Pani* czy bardzo prywatna wymiana dotycząca skrzypiec lub snu. Oba przykłady obrazują prywatność, a nawet intymność tych spotkań. Samo wyrażenie wykorzystane w tytule artykułu *tu sobie usiądźmy* wprowadza czytelnika w gatunek rozmowy potocznej, bardzo kameralnej.

Medialne gatunki dialogowe to takie, które wpisują się w zagadnienia „prywatności opublikowanej"[20], ponieważ z jednej strony dialog wprowadza do gatunku to, co osobiste, nieoficjalne, a medium wprowadza upublicznienie, opublikowanie treści. Część przykładów pokazuje właśnie połączenie tych dwóch sfer – prywatnego spotkania z jednoczesną świadomością publikacji jego efektów.

Kolejne fragmenty inicjalne wywiadów także dotyczą elementów, które wydają się nieprzeznaczone do publikacji:

Zabawnie się pan przejęzyczył, kiedy telefonował. Nasza rozmowa miała dotyczyć chwalebnych czytelniczych odkryć i krępujących zaległości. A pan mnie spytał o…

Chwalebne zaległości.

(„Bluszcz" luty 2011)

Jadąc do ciebie, zasnąłem w taksówce…

Naprawdę?

Tak, przysnąłem. Lubię sobie drzemkę uciąć.

Nie boisz się, że cię ukradną?

Jak wiem, kto mnie wiezie…

Na jakim etapie życia jesteś?

A jedziemy, tak? Dobra, dobra. […]

(„Pani" maj 2014)

Nudzę się sobą, ile można o sobie ględzić? W wywiadach człowiek zawsze układa jakąś laurkę, połowę buja, konfabuluje. A szczerość? Jest dowodem idiotyzmu.

To jak bardzo będzie pan lukrował?

Zacznijmy od tego, że ja nie kłamię. […]

Choć powołując się na Gustawa Holoubka, może pan już podobno mówić, co tylko zechce.

Rzeczywiście tak powiedział: „Jasiu jak skończysz 70 lat, możesz mówić co chcesz". Bo to i tak bez znaczenia… Ale nie do końca tak jest. Jedźmy. Jakie macie panowie pierwsze pytanie?

(„Playboy" maj 2016)

Zbigniew Bauer wskazywał, że „współczesny wywiad prasowy stosuje m.in. metody zapisu okoliczności towarzyszących jego przeprowadzeniu, jakie spotykamy w tekstach dramatów (didaskalia); przedstawia się je w różnych postaciach

[19] W pierwszej wypowiedzi bohatera wywiadu pojawiają się także kwestie stosowanych form adresatywnych: „Podchodzę pod osiemdziesiątkę, więc mam prawo zaproponować młodszym, żebyśmy byli na „ty". **Jesteśmy zaszczyceni**. Poza tym pożegnajmy się, bo na trzeźwo już się nie zobaczymy…" („Playboy" wrzesień 2010).

[20] Por. M. Ślawska, *Prywatność opublikowana? O dialogowym kształcie gatunków prasowych*, [w:] *Transdyscyplinarność badań nad komunikacją medialną 2: Osobiste – prywatne – intymne w przestrzeni publicznej*, red. M. Kita, M. Ślawska, Wydawnictwo UŚ, Katowice 2013, s. 77–79.

wstępu do wywiadu właściwego”[21]. Publikacja takich fragmentów, pozornie nienadających się do publikacji, zabiera czytelnika za kulisy, pokazuje okoliczności powstania rozmowy. Często obrazuje także relacje między dziennikarzem a jego rozmówcą, bardzo serdeczne i przyjacielskie. Otrzymujemy więc w inicjalnych wypowiedziach bohaterów informacje o pierwszym kontakcie telefonicznym, drzemce w taksówce czy kokieteryjną pogadankę o specyfice wywiadu.

Co istotne, bohaterowie wywiadów w kolejnych wymianach formułują wypowiedzi: *a jedziemy, tak? Dobra, dobra*; *Jedźmy. Jakie macie panowie pierwsze pytanie?* To pokazuje, że doskonale zdają sobie sprawę z tego, iż informacje, które padają w pierwszych wymianach, zwyczajowo nie pojawiają się w opublikowanych wywiadach, czekają więc na kanoniczne pierwsze pytanie. Te wypowiedzi podkreślają też moment, kiedy bohater wyraża wprost to, że teraz będzie wypowiadał się ze świadomością przeznaczenia tekstu do publikacji.

Często jako odbiorcy mamy wrażenie, że wywiad wydrukowany w prasie to materiał starannie wyselekcjonowany, w którym nie ma miejsca na tego typu wypowiedzi. Tu otrzymujemy je jako świadectwo bliskich relacji i wyraźnie zmniejszającego się dystansu między rozmówcami. Te przykłady obrazują także pewną płynność w rozróżnieniu wywiadu na wywiad jako formę, gatunek tekstu medialnego i wywiad jako metodę zdobywania informacji. W tych kameralnych, osobistych wymianach, kiedy dziennikarz pozwala mówić bohaterowi, mamy do czynienia zarówno z sytuacją zdobywania informacji, jak i tworzenia tekstu.

Odwrócenie ról

Teraz przywołam przykłady takich inicjalnych replik, które pokazują zamianę ról – to bohater zadaje pytanie dziennikarzowi:

Mogę zjeść bułeczkę? Bardzo dobra. Prawdziwe jajka, prawdziwe masło. Wiem, co mówię, bo jestem naprawdę uzależniony od słodkiego. Jesteś warszawianką?

Nie, wrocławianką.

Bo jest taka cukierenka koło Politechniki, na Noakowskiego, schodzi się po schodkach, i tam są najlepsze ciasta z kremem.

(„Pani” wrzesień 2013)

Skała górująca nad ciemnym morzem. Z czym to się pani kojarzy?

Z seksem?

Dobrze. […]

(„Wysokie Obcasy” 9.01.2016)

[21] Z. Bauer, *Wywiad. Gatunek i metoda*, [w:] *Dziennikarstwo i świat mediów*, red. Z. Bauer, E. Chudziński, Universitas, Kraków 2008, s. 336.

Pierwszy przykład można wpisać w nurt śniadaniowych rozmów opartych na modelu biesiadowania[22], często pojawiający się w radiu czy w telewizji, rzadziej prezentowany w prasie. To nie jedyny przykład wywiadu prasowego, jaki odnalazłam, w którym bohater komentuje jedzenie – możemy się tylko domyślać, że rozmowa toczy się przy zastawionym stole. Taka sytuacja sprzyja też zmianie ról, bo nagle bohater spotkania dopytuje Małgorzatę Domagalik o pochodzenie. Drugi przykład także jest nietypowy, bo oto bohater – specjalista od spraw seksu, zadaje dziennikarce pytanie. I dziennikarz – pytany – odpowiada.

Ostatni przykład to początek nietypowego wywiadu z Hanną Krall, Wojciechem Tochmanem i Mariuszem Szczygłem. Aldona Wiśniewska pozwala reportażystom na zupełnie swobodną rozmowę. Tak wygląda początek wywiadu:

Hanna Krall: Herbaty nie chcecie? Podałabym w Białej Marii, od czytelników dostałam…

Myślałam, od czego ja bym zaczęła, gdybym była panią Aldoną. Pewnie poprosiłabym o streszczenie książki, bo czytelnicy nie wiedzą, o czym ona jest.

Mam spytać, o czym jest książka, która na okładce ma wielki różowy tytuł „KRALL”?

H. K.: … myślałam też o Mariuszu i Wojtku – który to będzie rok, kiedy oni będą mieli po 80 lat? I że nie wiem, dlaczego oni w ogóle tę książkę zrobili.

Wojciech Tochman: O matko! Kalkulator trzeba wyjąć!

(„Duży Format” 20.08.2015)

Nastąpiła tu wyraźna zamiana ról i bohaterka wywiadu – Hanna Krall w pierwszej wypowiedzi zastanawia się nad tym, jakie pierwsze pytanie zadałaby, gdyby była dziennikarką: *myślałam, od czego ja bym zaczęła, gdybym była panią Aldoną. Pewnie poprosiłabym o streszczenie książki, bo czytelnicy nie wiedzą, o czym ona jest*. Bohaterka wywiadu w pierwszej wypowiedzi wyraźnie zaznacza, że to ona jest gospodarzem spotkania i proponuje herbatę. To podkreśla wyraźną zamianę ról, postacią dominującą z punktu widzenia tekstu jest osoba, z którą wywiad jest przeprowadzany. Ten początek wprowadza w wywiad, który bardziej będzie przypominał swobodną konwersację przyjaciół.

Początek, jak podaje *Uniwersalny słownik języka polskiego PWN* pod redakcją Stanisława Dubisza, to „to, od czego się coś zaczyna w czasie lub przestrzeni; rozpoczęcie (się) czegoś, pierwszy moment, pierwszy punkt”[23]. Renata Gluza w warsztacie dziennikarskim wskazuje: „[…] dobry początek to pięćdziesiąt procent sukcesu […]. Pamiętaj, że lepiej, gdy początek tekstu jest konkretny: coś

[22] O takim modelu rozmowy wspomina Małgorzata Kita: *Śmierć wywiadu? Gatunek w ponowoczesnej Polsce*, [w:] *Gatunki mowy i ich ewolucja. Gatunek a komunikacja społeczna*, t. 4, red. D. Ostaszewska, J. Przyklenk, Wydawnictwo UŚ, Katowice 2011.

[23] *Uniwersalny słownik języka polskiego PWN*, red. S. Dubisz, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2008, s. 210.

opisuje, o czymś informuje, czymś intryguje”[24]. Wydaje mi się, że w przypadku tych nietypowych początków często wydrukowana pierwsza wymiana była faktycznie przedrukowanym „pierwszym momentem” spotkania dziennikarza z jego rozmówcą. Jednocześnie zaprezentowanie w tekście wywiadu tego „pierwszego punktu” dało intrygujący efekt.

Zaprezentowane alternacje gatunkowe, które polegały niejako na „wyzerowaniu” dziennikarskiego pytania, podkreślają to, co w wywiadzie jest atrakcyjne. Jeszcze bardziej zostało zaakcentowane wrażenie autentycznego, bezpośredniego kontaktu z opiniami bohaterów wywiadów. Te pierwsze wypowiedzi dały możliwość obserwacji narodzin wywiadu, obserwowania pracy dziennikarza niejako „zza kulis”[25].

Jednocześnie inicjalne wypowiedzi bohaterów wywiadów wyznaczały zagadnienia, które bardzo często pojawiają się w pierwszych dziennikarskich pytaniach, czyli bohater (jego samopoczucie, podejście do wywiadu, obiegowy sąd o nim, przejście na „ty”), wywołanie tematu rozmowy czy zdradzanie kulis spotkania.

Z pewnością te inicjalne fragmenty podkreślały także pozorną zamianę ról, sprawiały wrażenie, przynajmniej w niektórych przypadkach, że to osoba, z którą wywiad jest przeprowadzany, panuje nad rozmową. Ale należy pamiętać, że to przecież dziennikarz (albo jego redakcja) zdecydował o tym, w jakim kształcie ma zostać opublikowana rozmowa. Nie da się jednak ukryć, że funkcja „sterowania” początkiem wywiadu zostaje oddana bohaterowi, co daje interesujący efekt tekstowy. Nietypowe początki podkreślają także to, że „dynamiczność wywiadowi zapewnia modyfikacja polegająca na zastąpieniu układu: pytający dziennikarz – odpowiadający bohater wywiadu przez symetryczny układ: interaktanci rozmawiający, z obustronną wymianą ról”[26]. I w wielu realizacjach tekstowych ta wymiana ról była widoczna, w różnych momentach rozmówcy stawali się na zmianę pytającymi i pytanymi.

Te zmiany w strukturze wywiadu pokazują także, że pierwsza wymiana wypowiedziana przez osobę, z którą wywiad jest przeprowadzany, spełnia funkcję bardzo dobrego pierwszego dziennikarskiego pytania. Dla czytelnika jest pewnego rodzaju nowością, przełamuje pewien czytelniczy schemat odbioru. A nie można zapominać o tym, że to czytelnik jest ważnym, jeśli nie najważniejszym, uczestnikiem wywiadu. To w wywiadzie, również w jego fragmentach początkowych, nakładają się dwa plany komunikacyjne: wewnątrztekstowy – dotyczący komunikacji między dziennikarzem a jego rozmówcą oraz zewnątrztekstowy –

[24] R. Gluza, *Konstrukcja tekstu. Pisz, nie nudź*, [w:] *Biblia dziennikarstwa*, red. A. Skworz, A. Niziołek, Wydawnictwo Znak, Kraków 2010, s. 51.

[25] Por. Z. Bauer, *op. cit.*, s. 333.

[26] M. Kita, *Śmierć wywiadu?…*, *op. cit.*, s. 209.

dziennikarz i osoba udzielająca wywiadu komunikują się z czytelnikiem. W planie wewnątrztekstowym widoczna była intymność, prywatność spotkania, natomiast plan zewnątrztekstowy pokazywał świadomość tego, że wywiad to rozmowa przeznaczona do publikacji, przeznaczona dla szerszej publiczności. Początki wywiadów, w których głos oddano bohaterom, pokazują możliwości wywiadu jako gatunku niezwykle kreatywnego, którego potencjał genologiczny drzemie właśnie w dialogu i w wielości planów komunikacyjnych.

Teresa Torańska w wywiadzie, którego początek przywoływałam, mówiła: „[…] najważniejsze w tekście jest pierwsze zdanie. Dzisiaj, kiedy człowiek nie ma czasu zagłębiać się w tekst, czytelnika trzeba od razu chwycić za gardło, wciągnąć go w środek rozmowy. To jest najtrudniejsze”[27]. Czy w inicjalnej formule odwrócenia relacji pytający–pytany to się udało, o to należałoby zapytać czytelników.

Bibliografia

Bauer Z., *Wywiad. Gatunek i metoda*, [w:] *Dziennikarstwo i świat mediów*, red. Z. Bauer, E. Chudziński, Universitas, Kraków 2008.

Bielas K., *Wywiad prasowy. Nie dla narcyzów*, [w:] *Biblia dziennikarstwa*, red. A. Skworz, A. Niziołek, Wydawnictwo Znak, Kraków 2010.

Duszak A., *Tekst, dyskurs, komunikacja międzykulturowa*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1998.

Gajda S., *Gatunkowe wzorce wypowiedzi*, [w:] *Współczesny język polski*, red. J. Bartmiński, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2010.

Gajda S., *Społeczna determinacja nazw własnych tekstów (tytułów)*, „Socjolingwistyka”, t. 6, red. W. Lubaś, Warszawa–Kraków 1987.

Gluza R., *Konstrukcja tekstu. Pisz, nie nudź*, [w:] *Biblia dziennikarstwa*, red. A. Skworz, A. Niziołek, Wydawnictwo Znak, Kraków 2010.

Grobel L., *Sztuka wywiadu. Lekcje mistrza*, Wydawnictwo Wojciech Marzec, Warszawa 2006.

Grzelka M., *Pytanie dziennikarskie. Pragmatyka i retoryka*, Wydawnictwo Poznańskie Studia Polonistyczne, Poznań 2008.

Janowska K., Mucharski P., *Próbka reprezentatywna*, Świat Książki, Warszawa 2008.

Kita M., *Śmierć wywiadu? Gatunek w ponowoczesnej Polsce*, [w:] *Gatunki mowy i ich ewolucja. Gatunek a komunikacja społeczna*, t. 4, red. D. Ostaszewska, J. Przyklenk, Wydawnictwo UŚ, Katowice 2011.

Kita M., *Wywiad jako gra. „Aktorzy” wywiadu z perspektywy paratekstualnej*, [w:] *Gry w języku, literaturze i kulturze*, red. E. Jędrzejko, U. Żydek-Bednarczuk, Energeia, Warszawa 1997.

[27] „Duży Format” 10.01.2013.

Kita M., *Wywiad prasowy. Język – gatunek – interakcja*, Wydawnictwo UŚ, Katowice 1998.

Pisarek W., *Nowa retoryka dziennikarska*, Universitas, Kraków 2002.

Ślawska M., *Prywatność opublikowana? O dialogowym kształcie gatunków prasowych*, [w:] *Transdyscyplinarność badań nad komunikacją medialną 2: Osobiste – prywatne – intymne w przestrzeni publicznej*, red. M. Kita, M. Ślawska, Wydawnictwo UŚ, Katowice 2013.

Tomczuk J., *Sztuka pytania*, „Press" styczeń 2006.

Uniwersalny słownik języka polskiego PWN, red. S. Dubisz, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2008.

Wierzbicka A., *Genry mowy*, [w:] *Tekst i zdanie. Zbiór studiów*, red. T. Dobrzyńska, E. Janus, Zakład Narodowy im. Ossolińskich, Wydawnictwo Polskiej Akademii Nauk, Wrocław 1983.

Wojtak M., *Gatunki prasowe*, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2004.

Żydek-Bednarczuk U., *Wprowadzenie do lingwistycznej analizy tekstu*, Universitas, Kraków 2005.

Magdalena Piechota
Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej

KIEDY POETA PISZE REPORTAŻ – WYWOŁYWANIE OBRAZU W *WIELKIM PRZYPŁYWIE* JAROSŁAWA MIKOŁAJEWSKIEGO

Kiedy poeta pisze reportaż, wolno mu zacząć go tak:

> Lampedusa jest znakiem wodnym. Jak Wenecja albo Sycylia.
>
> Takie miejsca mają rzeczywistość bezkresną, lecz zamknięty rysunek. Życie żywe i archaiczne, w jakimś teraz i w jakimś zawsze.
>
> Mogłyby nie istnieć. Byłyby wtedy abstrakcyjnym obrazem, oderwanym od artysty i jego zamiaru. Archaiczną grafiką, która zagęszcza świat – widziany i domyślny, historyczny i symboliczny. Pojedyncze życia – nasze i cudze – bratersko powiązane ze sobą i z nami, którzy patrzymy.
>
> Ich plan, rzut, perspektywa są wpisane w granice, lecz nigdy dopowiedziane. Jak gdyby morze codziennie określało, ale również odnawiało ich zarys, widoczność i los[1].

Wybór gatunku z pewnością nie był tu przypadkowy. Reportaż, być może najlepiej ze wszystkich form wypowiedzi dziennikarskiej, potrafi budzić sumienia, uruchamiać wrażliwość i oferować możliwość zrozumienia przez spotkanie[2].

W miejscu ograniczonym geograficznymi danymi i fizycznym obrysem, w czasie, który jest mu dany, reporter będzie próbował dotknąć problematyki bezkresnej, bo oderwanej od miejsca i czasu. Będzie próbował zbliżyć się do tragedii starej jak świat i jak świat wielkiej, której wciąż jesteśmy bezradnymi świadkami. Śmierci wychodzącej naprzeciw tym, którzy od niej uciekają do lepszego życia i życia tych, którzy próbują ocalić uciekinierów od śmierci, ale brakuje im sił.

---

[1] J. Mikołajewski, *Wielki przypływ*, Wydawnictwo Dowody na Istnienie, Warszawa 2015, s. 7. Wszystkie następne cytaty pochodzą z tego wydania i zostały oznaczone numerem strony w nawiasie po cytacie w tekście głównym.

[2] Maria Wojtak, przy okazji analizy tekstu Jacka Hugo-Badera, sformułowała ważne dla mnie słowa: „Po lekturze tego znakomitego tekstu utwierdza się w człowieku przekonanie, że tylko reportaż stwarza możliwość uruchomienia ludzkiej wrażliwości. Zwykły komunikat prasowy, dotyczący przedstawionego zjawiska, byłby krótki i suchy. Warto więc pielęgnować reportaż jako formę dziennikarskiej wypowiedzi wbrew wszelkim przeciwnościom" (M. Wojtak, *Analiza gatunków prasowych*, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2008, s. 133). I dla mnie badanie reportażu to nie tylko naukowe zainteresowanie, ale także, a może przede wszystkim, nieustanna lekcja człowieczeństwa.

Gatunkowość reportażu a obrazowość

Opracowana przez Marię Wojtak koncepcja wzorca gatunkowego[3] wskazuje na cztery aspekty, poprzez które można mniej lub bardziej precyzyjnie uchwycić relacje między tekstową praktyką a abstrakcyjnym modelem, który jej patronuje. Struktura, pragmatyka, tematyka i styl pozwalają przyjrzeć się z różnych punktów widzenia wciąż tej samej konwencji, odnajdując w niej bądź to dający się szczegółowo opisać zespół reprodukowanych w wielu tekstach stałych własności, bądź, niejako na drugim biegunie, jedynie pewne wybrane podobieństwa, dające się odnaleźć w ograniczonym korpusie tekstów, natomiast występujące fakultatywnie w całym zbiorze realizacji tekstowych. Inspirując się tą teorią w dalszych rozważaniach, spróbuję zarysować możliwe jej odniesienie do reportażu jako formy.

Reportaż, uznawany przez badaczy za gatunek otwarty, pojemny, proteuszowy, mieszany czy pograniczny, z pewnością należy do drugiego przypadku gatunkowości, czyli konwencji z nielicznymi powtarzalnymi cechami, stanowiącymi o jego tożsamości, za to z dużym zakresem fakultatywnych rozwiązań autorskich, zależnych od medium (prasa, radio, telewizja, książka, strona internetowa), tematu, przeznaczenia i autorskich wyborów.

W aspekcie strukturalnym określenie reportażu jako gatunku każe poprzestać na typowych cechach wypowiedzi funkcjonującej w obiegu masowym – poszczególne okazy mają ramę tekstową (tytuł i sygnał zakończenia – layoutowy, dźwiękowy czy audiowizualny), segmentację wewnętrzną (akapity, rozdziały, moduły dźwiękowe, ujęcia i ich zespoły) oraz relacje między częściami, w schematycznej postaci polegające na ekspozycji problematyki i jej rozwinięciu w postaci prezentacji wątków oraz wygaszeniu, które rzadko przybiera postać puenty lub diagnozy, a znacznie częściej ma charakter otwarty.

Aspekt pragmatyczny pozwala na próbę podziału reportażu według jego prymarnej illokucji na: reportaż użytkowy i reportaż artystyczny. Reportaż użytkowy byłby przekazem dziennikarskim, nastawionym na przedmiotowe zaprezentowanie problemów wymagających upublicznienia lub interwencji ze społecznych powodów, którego nadawca stosuje podstawowe środki wyrazu, służące dotrzymaniu zasad szczegółowości i zwięzłości w myśl paktu faktograficznego[4], jednak ze zwiększoną obrazowością w stosunku do podstawowych gatunków informacyjnych. Natomiast reportaż artystyczny byłby przekazem upodmiotowio-

[3] M. Wojtak, *Gatunki prasowe*, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2004, s. 16–17; eadem, *Genologiczna analiza tekstu*, „Prace Językoznawcze" 2014, nr 16/3, s. 66–67.

[4] Zob. Z. Bauer, *Gatunki dziennikarskie*, [w:] *Dziennikarstwo i świat mediów. Nowa edycja*, red. Z. Bauer, E. Chudziński, Universitas, Kraków 2008, s. 255–260.

nym, z całą gamą rozwiązań właściwych przekazom niedziennikarskim (nowela, słuchowisko, film fabularny, kolaż multimedialny), jednak opartym na prawdziwych problemach, wydarzeniach i ludzkich losach. Jego celem nie jest akcydentalny opis konkretnej, wymagającej dziennikarskiej uwagi sprawy, ale wielowymiarowy obraz, zyskujący dzięki środkom wyrazu co najmniej dwie płaszczyzny znaczeniowe: faktograficzną i metaforyczną lub symboliczną[5]. W ten sposób może stać się przekazem funkcjonującym w odbiorze w oderwaniu od miejsca i czasu, uniwersalizującym i skłaniającym do reinterpretacji, czyli literaturą *non-fiction*.

Aspekt tematyczny byłby więc zależny w obu zaproponowanych odmianach gatunkowych od ich przeznaczenia – ten sam temat może zostać ujęty na oba sposoby, ale pragmatyka i wynikająca z niej rola, a także wizerunek nadawcy oraz jego intencje zadecydują o wymiarach poznawczych – bardziej ukonkretnionych i interpretacyjnie ograniczonych w wariancie użytkowym lub zuniwersalizowanych i uzupełnianych w odbiorze o liczne odniesienia wynikające z otwartości tego wcielenia[6] w artystycznym.

Kluczowe dla tego artykułu pojęcie obrazowości łączy się w realizacji tekstowej przede wszystkim z zastosowanymi ujęciami stylistycznymi – czyli ostatni z aspektów modelu gatunkowego, aspekt stylistyczny, byłby dla niej oczywistym terenem. Zanim sformułuję, jak chcę ją szerzej rozumieć, muszę odnieść się do zaproponowanego wyżej rozróżnienia. Obrazowość w reportażu użytkowym byłaby funkcją „wytwarzania widzialności czegoś nieobecnego (przedmiotu, osoby, rzeczy), co na obrazie jest obecne. Obraz jest polem uobecniania się tego rzeczywistego bytu znajdującego swój obrazowy ekwiwalent”[7]. Przedmiotem reportażu jako wypowiedzi dziennikarskiej są fakty fizyczne, które „zdarzyły się,

[5] Małgorzata Szejnert uczyła młodych reporterów „Gazety Wyborczej”, że reportaż powinien być o tym, o czym jest i o czymś jeszcze, a szczegół to rusztowanie dla pamięci. Zob. M. Szczygieł, *Jak okradałem Małgorzatę Szejnert* (wstęp), [w:] M. Szejnert, *My właściciele Teksasu. Reportaże z PRL-u*, Wydawnictwo Znak, Kraków 2013, s. 6–7, 10.

[6] O reportażu zamkniętym i otwartym: J. Pleszczyński, *Reportaż prasowy z filozoficznej perspektywy*, [w:] *Reportaż a przemiany społeczne po 1989 roku*, red. K. Wolny-Zmorzyński, W. Furman, Wydawnictwo Wyższej Szkoły Zarządzania w Rzeszowie, Kraków–Rzeszów 2005, s. 31–48. Znajduje się tam istotne dla dotychczasowych i dalszych rozważań stwierdzenie: „Reportaż zamknięty ujawnia pewne fakty. W reportażach otwartych fakty nie mają pierwszorzędnego znaczenia; ważny jest ich głęboki sens, skrywający ontologiczną i aksjologiczną strukturę świata, częściowo zasłoniętą, ale przecież w jakimś stopniu poznawczo osiągalną. […] Reportaże zamknięte można traktować jako typowo informacyjne, czyli takie, które «dostarczają wiedzy lub likwidują niewiedzę», zaś reportaże otwarte jako komunikację typu semantycznego, w której informacja w podanym wyżej sensie ma znaczenie drugorzędne” (*ibidem*, s. 43).

[7] P. Zawojski, *Sztuka obrazu i obrazowania w epoce nowych mediów*, Oficyna Naukowa, Warszawa 2012, s. 25–26.

urzeczywistniły, są nieodwracalne, niepowtarzalne i sprawdzalne”[8]. Przekształcanie faktów rzeczywistości w ich tekstowe poświadczenia, fakty podane odbiorcy, polega na ich swoistej destrukcji: „Odtwarzanie dokonuje się przez rozbicie faktu (F) na inne fakty (f), które stanowią tworzywo: obrazy, dialogi, sytuacje w utworze”[9]. Można uznać, że jest to kresem obrazowości sfunkcjonalizowanej w reportażu użytkowym, ale już tu widać, jak obrazowość oglądana z perspektywy kompozycyjno-stylistycznej zaczyna się łączyć z aspektem poznawczym.

Inaczej sprawa wygląda w reportażu artystycznym. Ponieważ cel jest tu dalece bardziej wielowymiarowy, obrazowość polega nie tylko na uobecnianiu nieobecnego, ale także na kreacji obrazów łączliwych i przenikających się, realnych i odstających od realności, oświetlających się wzajemnie i stanowiących ponadpojęciowy system poznania. Obrazowość w takim ujęciu rozumiem jako własność gatunkową rozpiętą między wszystkimi aspektami modelu: jest utrwalona poprzez jakości stylistyczne, ale ich estetyczny wymiar jest uzależniony od wybranej przez nadawcę roli i projektowanych celów reportażu (pragmatyka) oraz założonych i faktycznych funkcji poznawczych przekazu. O tym, że może także zostać wykreowana przez aspekt strukturalny, zrealizowany poprzez grafię, będzie mowa dalej.

Wywoływanie obrazu definiuję więc jako stworzoną przez nadawcę potencjalność wytwarzania przez odbiorcę bogatych i różnorodnych przedstawień wytwórczych, głównie rzeczowych, ale usytuowanych w kontekście emocjonalnym oraz mentalnym. „Kliszą” umożliwiającą wytwórczą czynność wywołania jest zawarta w przekazie obrazowość bezpośrednia i pośrednia, związana zarówno ze światem przedstawionym, jak i z obecnością autora-narratora-reportera w każdej z tych trzech ról. Ich efektem są trzy płaszczyzny czasoprzestrzenne i ich odzwierciedlenie: czas rozpoznawania świata realnego – tu działa reporter, czas tworzenia zapisu – na scenę wchodzi autor, czas odbioru – czytelnik obcuje z narratorem. Wywoływanie obrazu jest punktem wyjścia do relacji nadawczo-odbiorczej opartej nie na kodowaniu i dekodowaniu, ale na niekończącym się procesie translacji i reinterpretacji, właściwym dla tekstu otwartego.

Warto w tym miejscu przypomnieć, że Maria Wojtak właśnie obrazowanie uznała za cechę substancjalną w przypadku opisywanego gatunku, nadając poświęconemu mu rozdziałowi tytuł *Reportaż. Informacja zobrazowana*[10]. Dostrzegła potencjał obrazowy nie tylko w zastosowanych środkach językowych, ale też w odwoływaniu się do znanych odbiorcy realiów[11], a obrazowość uznała za

[8] K. Kąkolewski, *Reportaż*, [w:] *Słownik literatury polskiej XX wieku*, red. A. Brodzka et al., Ossolineum, Wrocław 1992, s. 932.

[9] *Ibidem*, s. 934.

[10] M. Wojtak. *Gatunki prasowe*, *op. cit.*, s. 268–303.

[11] *Ibidem*, s. 297.

własność zarówno poglądowości wywodu, stosowania procedur objaśniania i egzemplifikacji, jak i efekt użycia metafor i innych środków nadających wypowiedzi walory plastyczne i sugestywne[12]. Z kolei badacz tego konkretnego gatunku, Kazimierz Wolny-Zmorzyński, tak odniósł się do jego postaci pisanej:

> Jednak reportaż pisany musi pobudzić wszystkie zmysły odbiorcy, który dzięki reporterowi będzie odczytywał świat tak jak on – prawdziwie, dzieląc się swymi uczuciami, przetransponowując zdarzenia na żywe obrazy, których nie zastąpi oko kamery ani czujność radiowego mikrofonu[13].

Sposoby wywoływania obrazowości oraz ich potencjalne efekty poznawcze staną się przedmiotem analizy i interpretacji w dalszej części artykułu.

Reportażowe obrazy wobec dziennikarskich doniesień

Zmediatyzowany obraz Lampedusy i dziejących się na niej wydarzeń zakodował w umysłach wielu odbiorców kilka stereotypowych obrazów pochodzących przede wszystkim z telewizyjnych wiadomości: ciemnoskórzy uciekinierzy z Afryki, przybywający wypełnionymi po brzegi prymitywnymi łodziami i pontonami, twarze wykrzywione cierpieniem lub zastygłe w wielkim zmęczeniu, funkcjonariusze Guardia Costiera stojący z opuszczoną bronią, części ubrań, zabawki i plastikowe śmieci wyrzucone na brzeg morza, ciała pływające w wodzie i ciała przykryte folią na betonie nabrzeża Favarolo, szeregi trumien w wielkiej białej hali lotniskowego hangaru – *la tragedia di Lampedusa*. Sześć tysięcy czterystu stałych mieszkańców wobec ośmiuset tysięcy uchodźców, którzy dotknęli stopą tego skrawka lądu o powierzchni dwudziestu kilometrów kwadratowych i ponad dwudziestu tysięcy (choć liczba ta jest trudna do oszacowania), dla których Morze Śródziemne wokół Lampedusy stało się grobem. Humanitarny dramat, obecnie tak bardzo dotyczący Europy, trwa na tej włoskiej wyspie od 1991 roku. Przybrał tam skondensowaną postać, sprowadzoną w medialnych doniesieniach do „problemu migracji", przemytu, wypadków śmiertelnych i deklaracji polityków. Jego najgłośniejsza medialnie odsłona miała miejsce 3 października 2013 roku, gdy u wybrzeży wyspy zginęło trzysta sześćdziesiąt sześć osób, które utonęły po wywróceniu się przeciążonej łodzi przemytniczej.

Uciekający do lepszego losu ludzie nie mają w dziennikarskich materiałach imion, historii, nie mogą zostać w pamięci, bo wyobraźnia nie nadąża za zbyt szybkimi kadrami i schematycznymi opisami. Tak jest nie tylko w obrazach medialnych poza Włochami, o czym świadczy wypowiedź jednego z bohaterów *Wielkiego przypływu*, Giacomo Sferlazzo: – *Stereotyp Lampedusy, jaki się wytworzył* –

[12] *Ibidem*.

[13] K. Wolny-Zmorzyński, *op. cit.*, s. 332.

wyjaśnia Giacomo – nie jest przecież realny. Kiedy w obecności ludzi, którzy nigdy nie byli na wyspie, rzucisz hasło „Lampedusa", powiedzą, że kojarzy im się z trupami na plażach (s. 55). Z drugiej strony, wyspa znana jest jako turystyczny cel, a jedna z jej plaż, na Isola dei Conigli, została uznana dzięki krystalicznej lazurowej wodzie i jasnemu piaskowi w jednym z popularnych serwisów w 2013 roku za najpiękniejszą na świecie. Na tym skrawku lądu na Morzu Śródziemnym, pomiędzy Tunezją, Maltą i Sycylią, stali mieszkańcy w znacznej części żyją z wynajmu wakacyjnych kwater. Zła medialna sława psuje im interesy, dlatego, gdy Mikołajewski był tam w 2013 roku jeszcze przed słynną katastrofą, spotykał uchodźców wędrujących grupami po uliczkach wyspy. Gdy przyjechał tam w 2015 roku, nie było po nich śladu, ale lekarz zajmujący się przybijającymi do portu transportami zapewnił go, że przemyt trwa, tylko migranci znajdują się w odosobnionym obozie i szybko są przewożeni na Sycylię lub do Kalabrii.

Mechanizmy codziennych dziennikarskich powiadomień nie przewidują w swoich skryptach miejsca na podmiotowość i egzystencjalne pytania. Prawa newsów każą poszukiwać tła politycznego, skali problemów, aspektów patologii, głosów ekspertów, a wszystko to splatać w pseudoopowieść, która niczego nie opowiada, a jedynie symuluje spójność. Jeśli dziennikarz posługuje się pojedynczym ludzkim losem, to w instrumentalnym celu retorycznego *exemplum* potwierdzającego tezę, opisanego paroma słowami i obrazami.

Jarosław Mikołajewski, korzystając z możliwości gatunkowych reportażu, poszukuje czegoś odmiennego – punktu wyjścia, który pozwoli wniknąć w rzeczywistość bez przedobrazów i predefinicji. W narrację włącza wybranych bohaterów z ich subnarratorskimi opowieściami. Jako poeta szuka słów nieużytych i najtrafniejszych. Literackość, poetyzacja, oznaczają tu uparte dążenie do najważniejszego – do nazwania istoty doświadczenia, które nazywaniu się wymyka. Szacunek dla innego człowieka, wrażliwość na detal, uważność i plastyczność słowa – oto własności, na które jest miejsce w reportażowej konwencji i które umożliwiają stworzenie obrazów prowadzące do empatii.

Wywoływanie obrazu nadawcy – doświadczenie i świadectwo

Liryzacja narracji już w pierwszych słowach reportażu Mikołajewskiego, przywołanych na początku tego artykułu, determinuje lekturę i kreuje wizerunek nadawcy jako reportera-poety. Nie będzie to jeden ze śpieszących się dziennikarzy, przygotowujących materiał o kolejnym humanitarnym dramacie, który już niemal nikogo nie przejmie. Ten autor niespiesznie, dając czas sobie i innym, szuka odpowiedzi, których ostatecznie wcale nie formułuje. Zbliża się do nich

metodami reporterskiego rozpoznania, poprzez rozmowy z ludźmi, autopsję i lekturę, stosowane ze skupieniem i empatią, czyli tak, jak robił to jego mistrz i przyjaciel Ryszard Kapuściński[14]. Jarosław Mikołajewski podjął ten trud dla Innego, spotkanie z którym autor *Hebanu* uznał za wyzwanie XXI wieku[15]. Dla pamięci i refleksji nad cudzym życiem, które dla Europy jest kłopotem i wyrzutem sumienia. Dla pozostawienia czytelników z myślami nad ich własnym życiem w obliczu losów innych.

Jarosław Mikołajewski to współczesny poeta, pisarz, eseista, publicysta i tłumacz z języka włoskiego, a ta wyliczanka nie uwzględnia wszystkich jego publicznych ról, do których należała też funkcja dyrektora Instytutu Polskiego w Rzymie (2006–2012). Zanim zdecydował się napisać *Wielki przypływ*, przygotował trzy prasowe reportaże po pierwszym pobycie na Lampedusie w 2013 roku. Jak z bezsilnością przyznaje, nie przyniosły one oczekiwanego interwencyjnego efektu – wówczas wierzył, że Europa poinformowana o tym, jaki dramat humanitarny rozgrywa się na wyspie, wreszcie zareaguje. Autor wierzył, że polscy politycy dostrzegą problem i wywrą nacisk na Brukselę, że polskie parafie przejmą się rozpaczą kobiet z parafii lampedusańskiej, które nie mają już żadnych koców, ani suchych ubrań potrzebnych uciekinierom z Afryki, przybijającym do brzegów wyspy w stanie wymagającym natychmiastowej pomocy.

Powtórna eksploracja Lampedusy w 2015 roku, a także próby wniknięcia w postawy ludzi na niej żyjących to ukazany w reporterskiej opowieści proces zmagania się samego autora, dokonujący się najpierw w czasie reporterskiego rozpoznania, a powtórnie w fazie zapisu doświadczenia w dyskurs reportażowo-poetycki, gdy wrażenia, odczucia i przeżycia muszą zostać zamknięte w pojęciowo-językowy kształt. Szczerość w ujawnianiu własnej niemocy i bezradności wobec tragedii stała się rodzajem świadectwa, którego nikt nie oczekuje, więcej, nie chce od reportera-dziennikarza. Sposobem na opowiedzenie tragedii, która zdaniem autora została potraktowana obojętnie, stała się metoda wcielenia w rolę reportera-poety.

---

[14] Autor zadedykował *Wielki przypływ* „Ryśkowi" – nie ma wątpliwości, że chodzi właśnie o Ryszarda Kapuścińskiego.

[15] W wykładzie z okazji otwarcia 36. Szkoły Języka i Kultury Polskiej Uniwersytetu Jagiellońskiego w 2005 roku Ryszard Kapuściński powiedział: „Tak więc trzy możliwości stały zawsze przed człowiekiem, ilekroć spotkał się z Innym: mógł wybrać wojnę, mógł odgrodzić się murem, mógł nawiązać dialog. Na przestrzeni historii człowiek cały czas waha się między tymi opcjami, w zależności od czasu i kultury wybiera to jedną, to drugą […] Winniśmy z nim [z Innym – przyp. M. P.] szukać dialogu i porozumienia. Doświadczenie przebywania latami wśród dalekich Innych uczy mnie, że tylko życzliwość do drugiej istoty jest tą postawą, która może poruszyć w niej strunę człowieczeństwa" (R. Kapuściński, *Spotkanie z Innym. Encountering The Other*, Universitas, Kraków 2007, s. 23, 30).

Nieprzypadkowo w pewnym momencie Mikołajewski przyznaje się do odniesienia, które pojawiło się na widok instalacji autorstwa Mimma Paladino w postaci bramy z napisem DRZWI EUROPY w lampedusańskim porcie: *Z biegiem czasu pewnie coraz mniej będę się wstydził skojarzenia tego szyldu z innym – ARBEIT MACHT FREI* (s. 38). To doznanie egzystencjalne i progowe – cóż można zrobić wobec tragedii, która przekracza wszelkie granice wyobraźni? Nasuwa się refleksja, że tę historyczną przynajmniej można przypisać hitlerowskim zbrodniarzom i poczuć dreszcz grozy, że ktoś (nie my) był do tego zdolny. Ta dziejąca się na naszych oczach nie daje się tak odepchnąć – musimy przynajmniej w jakiejś części przypisać ją sobie jako skutek winy milczenia i braku działania. Reporter-poeta robi przynajmniej tyle, że nie odwraca oczu i nie milczy.

W związku z przyjętą przez poetę rolą reportera w tekście pojawia się zaskakująca analogia. W czasie wizyty w domu Giovanniego Fragapane, byłego burmistrza Lampedusy, Mikołajewski dostrzega dwa obrazy Caravaggia, których kopiowaniem zajmuje się gospodarz. Jeden z nich to *Niewierny Tomasz*: *Pochylony mężczyzna gapi się na otwartą ranę jak gdyby podglądał przez dziurkę od klucza i wtyka palec w bok Jezusa. Myślę przez chwilę, że Tomasz jest reporterem* (s. 104). Znamienne wydaje się to porównanie Tomasza niedowiarka i reportera, choć trwa tylko chwilę. Już kiedyś José Ortega y Gasset opisał reportera jako trzymającego się z daleka, emocjonalnie wolnego i nieangażującego żadnych uczuć[16]. Wydaje się, że Mikołajewski zderza się tu sam ze sobą w dwóch wcieleniach: zdaje sobie sprawę, że wchodząc w rolę reportera zobowiązuje się do wniknięcia („wtykania palca") w niezwykle bolesne i trudne sprawy migracji na Lampedusę, a jednocześnie cała książka to świadectwo przeciwstawiania się oczywistości zewnętrznego opisu, statystyk, liczb, nazw i upartego dążenia do wniknięcia w inne niż denotacyjne obszary tej sytuacji. Literatura doświadczenia wewnętrznego przenika się tu z literaturą reportażowego świadectwa[17].

Poetę i reportera łączy metafora. Dla poety to podstawowy budulec świata przedstawionego i przeżywanego, dla reportera sposób na symbolizację i ukazanie drugiego i kolejnych poziomów znaczeń. Metafora, przeciwieństwo stereotypu, pozwala pokazać całą jego fałszującą symplifikację. To jednoczesne zderzenie powielanych i dlatego właśnie stereotypowych obrazów i określeń z dziennikarskich wiadomości ze spojrzeniem z innej, nieoczywistej strony – wymaga zaangażowania, którego powinien unikać chłodny obserwator. Na szczęście reportaż pozwala nim nie być. Jego mediacyjne możliwości Mikołajewski realizuje na przykład poprzez technikę kontrastu. Kiedy opisuje swoje jedyne spotkanie z obecną panią

[16] J. Ortega y Gasset, *O dehumanizacji sztuki*, „Twórczość" 1957, nr 12, s. 99–100.

[17] O roli doświadczenia we współczesnej literaturze: R. Nycz, *Poetyka doświadczenia. Teoria – nowoczesność – literatura*, Wydawnictwo IBL, Warszawa 2012.

burmistrz, Giusą Nicolini, jej słowa o bezradności wobec braku miejsca na pochówek kolejnych ciał uchodźców wyławianych z wód wokół wyspy są przekrzykiwaniem *dyskotekowego jazgotu* (s. 9), który panuje w barze, gdzie umówiła się z reporterem. Kiedy Mikołajewski opisuje wizytę na miejscowym cmentarzu, zestawia wygląd nagrobków Lampedusańczyków z nietypowymi dla polskiej kultury funeralnej fotografiami (*pokazują nieboszczyka w chwili największego szczęścia, w pełnej urodzie świata*, s. 14) z grobami uchodźców – jedynym oznakowaniem są tabliczki z informacjami w stylu *TU SPOCZYWAJĄ: Mężczyzna około 20 lat, Mężczyzna w wieku od 20 do 25 lat, Mężczyzna w wieku od 25 do 30 lat. Wszyscy pochodzenia prawdopodobnie sub saharyjskiego* (s. 15). Pełna tożsamość i zakorzenienie „prawowitych zmarłych" zderzone z bezimiennością i już niemożliwą do zniwelowania obcością emigrantów stwarzają szczelinę między słowami dla refleksji odbiorcy.

Symbolizacja pojawia się w obrazach przestrzeni widzianej oczyma reportera, na przykład w takich, w których występują porównania czy antropomorfizacja:

> Na morzu widzę żaglówki. Na brzegu – stare kutry. Dwa lata temu opowiadano mi, że na Lampedusie nie niszczy się zużytych łodzi. Rzeczywiście, stoją tu i ówdzie jak pomniki życia i śmierci, kruchości i trwania. Trupy kutrów nakładają się na żywe, dalekie żagle i jest tak, jak gdyby ziemia i woda były tym samym żywiołem.
>
> Przyjechałem z heraklitejską wiedzą, że wszystko płynie; wyjadę z przekonaniem, że wszystko pływa. (s. 17)
>
> Widok z tarasu – na port, na pomost Favarolo i na morze, którym płyną uchodźcy – jest harmonijny. Niebo na tym landszafcie pogodzone jest z morzem, struktura portu wydaje się rozumna, gościnna.
>
> Pomosty wyciągają ręce w stronę Afryki jak matka. (s. 37)

Humanistyczna perspektywa każe autorowi widzieć coś więcej, niż podpowiadają oczy. Odnosząc się do obrazów widzianych u profesora Fragapane, stwierdza: *z obcowania z obrazami wychodzi się z jakimś ich słowem* (s. 104). Trawestując te słowa, można powiedzieć, że obcując ze słowami tego reportażu, pozostaje się z obrazami nasyconymi wieloma barwami, zmuszającymi do myślenia i odczuwania.

Na szczególne podkreślenie w perspektywie wywoływania obrazu, zarówno samego nadawcy, jak i przedmiotu opisu, zasługuje zabieg zastosowany w rozdziale zatytułowanym *Homer*, poświęconym Giacomo Sferlazzo, artyście i twórcy muzeum z rzeczami wyrzuconymi przez morze po katastrofach oraz pozostawionymi na statkach przemytników, niszczonych przez włoskie służby. Postanowił je ocalić i gromadzić, by opowiedziały swoją historię i jako instalacja, bez muzealnych opisów, zmusiły do myślenia oraz szeroko rozumianej zmiany. Kiedy dochodzi do

opisu wystawy, autor decyduje się na zabieg „liberacki”[18]: rozmieszcza w różnych miejscach kolejnych, pustych poza tym, stron pojedyncze słowa i zdania opisujące eksponaty (w kolejności między innymi: edycje Koranu, książki, łyżki, widelce, garnki, torby ze szmat na dwie butelki, piłkę dziecięcą z rysunkiem chińskiego króliczka, klucze francuskie, korkociągi, ładowarki, dresy, Biblię po francusku, okładkę ze świętym całym w cyrylicy; s. 64–77). Zabieg ten zmusza do zatrzymania uwagi na każdym w tak szczególny sposób wyróżnionym zapisie, aż do ostatniego zdania: *Pod sufitem na sznurkach kołyszą się buty. Sandały i adidasy, poderwane do lotu jak szkielety żółwi* (s. 77). Konkretność wymienionych rzeczy miesza się z efektem poetyckiego zabiegu, czyniącego z ich nazw obszary „innego skupienia” w tekście. Każda z nazw pamiątek dostała osobne graficznie miejsce, w przeciwieństwie do ich właścicieli pochowanych we wspólnych bezimiennych grobach. Zmienia to czas lektury, który zwalnia, jakbyśmy przechodzili powoli wraz z reporterem po wystawie i wpatrywali się osobno w każdy z eksponatów. Efektem tego rozwiązania staje się egzystencjalna refleksja odbiorcy, a jeśli to za dużo, to z pewnością przynajmniej zaduma.

Konwencja reportażu splecionego z poezją okazuje się mediacyjnym narzędziem kwestionującym rozdzielenie podmiotu i przedmiotu, języka i rzeczywistości. Tekstowa reprezentacja kulturowej rzeczywistości przyjmuje tu kształt lustra[19], w którym odbija się nie tylko konstruowany wygląd rzeczy, ale i sam konstruktor, a także odbiorcy. Znamiennym fragmentem, gdzie pada diagnoza jednej z tych relacji wzajemnego przeglądania się w sobie, jest wypowiedź proboszcza Don Mimmo:

> [c]i ludzie z Afryki przychodzą, żeby powiedzieć nam, jak nas odbierają, kim dla nich jesteśmy. I po to, żebyśmy sprawdzili, czy znajdujemy w sobie tę łaskę, którą oni w nas dostrzegają, i czy potrafimy jej sprostać.
>
> Kiedy ludzie milionami uciekają z Afryki do Europy, mówią nam, że dla nich jesteśmy bogaci i szczęśliwi. Inaczej by się tu nie zjawiali. Nie uciekaliby do nas od biedy. Mówią, że z ich perspektywy żyjemy w braterstwie i pokoju. Bo inaczej nie uciekaliby do nas od wojny.
>
> I kiedy oni zadają nam swoje pytanie, bez słów, samym pojawieniem się w naszych domach, jesteśmy zdezorientowani. Bo my myślimy na ogół o sobie jako o źle opłacanych, niedocenianych, pomijanych, przepracowanych, poddawanych przemocy. […]
>
> Ta chwila jest okazją jedyną: to, że miliony uchodźców widzą Europę, w tym Lampedusę, jako krainę dobrobytu, pokoju i wolności. I to w tej chwili musisz zmierzyć się z tym wyobrażeniem, jakie mają o tobie. (s. 98–99)

[18] Por. A. Przybyszewska, *Liberackość dzieła literackiego*, Wydawnictwo UŁ, Łódź 2015. Autorka, za Zenonem Fajferem, wskazała na wyznaczniki liberatury: uznanie za tworzywo literatury nie tylko języka, lecz także fizycznego kształtu słów i zdań, dostrzeżenie przestrzeni samego dzieła i uwzględnienie czasu lektury jako jakości ważnej dla znaczenia tekstu (*ibidem*, s. 29).

[19] R. Nycz, *op. cit.*, s. 30–31.

Mierzenie się z opisywaną przez Don Mimmo chwilą prowadzi Mikołajewskiego do rozwiązań niuansowych. Empatia reportera-poety to otwarcie wielu perspektyw, wynikających z tego, co mówi on sam i z tego, co mówią subnarratorzy. Perspektywy nie są dopowiadane, konkretyzowane w dosłowności. Niedomówienie, sugestia otwierają pole dla wyobraźni. Egzystencjalna synteza składa się z obrazów przestrzeni, portretów bohaterów, ułamków informacji, zarysów wydarzeń. Między słowami powstaje przestrzeń dla refleksji i nienazywalnych emocji. Dosłowność byłaby tu rodzajem gwałtu na wymowie tej humanitarnej tragedii. Zmiana perspektyw, punktów widzenia, polifoniczne tkanie narracji pozwala na zatrzymanie, namysł, odczucie bezradności towarzyszącej reporterowi, zastępowanej przez uniwersalizację, gdy górę bierze poeta. Kulminacją tej dwupostaciowej roli jest poemat kończący książkę (s. 119–131), będący zapisem snu[20] z samolotu, którym autor powraca na kontynent. Migawki z Lampedusy mieszają się w nim z przeżyciami autora z dzieciństwa i młodości, splecione w ciąg obrazów i emocji oderwanych od czasu i miejsc.

Ryszard Nycz, odnosząc się do literatury doświadczenia, stwierdził:

> [n]ieuchronna (zbawienna i nieszczęsna) dyskursywizacja doświadczenia nie oznacza koniecznie wykluczenia czy stłumienia jego zmysłowych, bezrefleksyjnych i bezznaczeniowych wymiarów. W „książkach-doświadczeniach" […], które transcendują to, co możliwe do pojęcia i wypowiedzenia, osadzone są one czy zaszyfrowane w nieświadomości tekstu (niestematyzowanym potencjale semantycznym jego materii semiotycznej), podlegając reaktywacji w doświadczeniu czytelnika[21].

Ten cytat ujmuje jeszcze w inny sposób to, co było podkreślone wcześniej: wywoływanie obrazu, jako efekt potencjalności obrazowości, może mieć jako bazę zarówno to, co w reportażu dyskursywnie wyrażone, jak i to, co pozostaje w „nieświadomości tekstu", jest pozostawionym, celowo lub nie, potencjałem znaczeń konotacyjnych. Warto to zderzyć z werbalizowanym dość często w różnych definicjach reportażu i odbiorczych oczekiwaniach wobec niego założeniem, że jest to „sprawozdanie z faktów". Gdyby tak miało być, po co byłby reportaż? Przecież istnieje taka konwencja gatunkowa, nie tylko dziennikarska, która jest właściwym sprawozdaniem. Jarosław Mikołajewski w pewnym momencie odnosi się aluzyjnie do słynnej książki Artura Domosławskiego *Kapuściński non-fiction*, przy okazji formułując własne *credo* reporterskie:

> Nie wiem, czy podawać wprost jego słowa [chodzi o Giacomo Sferlazzo – przyp. M. P.], czy je referować.

[20] O roli snów i swoim podejściu do nich jako jedynego nieskrępowanego kojarzenia dalekiego i bliskiego Jarosław Mikołajewski mówił w programie „Xsięgarnia", prowadzonym przez Agatę Passent i Filipa Łobodzińskiego w stacji TVN 24 (http://www.tvn24.pl/xiegarnia,66,m/mikolajewski-w-xiegarni-w-tvn24,500178.html, dostęp: 8.03.2016).

[21] R. Nycz, *op. cit.*, s. 224.

Niedawno sporo się mówiło o narracyjnej prawdzie gatunku. Choćby o tym, czy reporter musi trzymać się kolejności zdarzeń, czy może z kilku historii zrobić jedną, a z dosłowności przechodzić w parabolę.

Tymczasem wciąż mało się mówi o prawdzie zapisanej rozmowy. Rejestracja co do słowa daje bełkot dobry w poezji lub w nowoczesnym dramacie, ale nie w reportażu. W reportażu trzeba tworzyć ekwiwalent spotkania. Pisać zdanie tak, żeby oddawało syntezę słów i klimatu, mądre ciepło, głupi chłód i na odwrót. Trzeba mieć słuch i translatorską smykałkę. (s. 50)

Dzięki sztuce translacji i pisarskim talentom autorowi udało się stworzyć opowieść z sensami zawartymi w linijkach i pomiędzy nimi, a także w pustych przestrzeniach stron z rozsypanymi nazwami przedmiotów z Muzeum M. – muzeum migracji.

Portrety bohaterów

Ostatnim, koniecznym elementem analizy potencjału obrazowości, będą kreacje postaci. Reportaż jest bowiem zawsze opowieścią ludzi o ludziach, a postacie bohaterów są kluczem do tematyzowania.

Wyspa z jej izolacją, namacalnością, wyraźnym obrysem, jest jak *theatrum mundi*. Rozgrywa się na jego scenie dramat sytych i głodnych, pewnych swojego miejsca i roli tuziemców, i wyrywających się z korzeniami ze swojego świata desperatów, próbujących pomagać i tych, którzy pomocy doczekają lub nie. Mieszkańcy nie mają wyjścia, muszą mierzyć się z wyzwaniami sytuacji rozbijającej ich stabilne i spokojne życie w proch, a przynajmniej je destabilizującej. Dlatego to oni stali się bohaterami tej książki, bo ich stosunek do przybyszów i relacje z nimi okazują się lustrem do przejrzenia się dla czytelnika. Ten kulturowy wymiar czyni opowieść uniwersalną, lustro może zostać użyte w innym czasie i miejscu, ale sugestywność i tak potencjalnie wywoła nie tylko wyobrażenia, ale też analogie oraz wynikające z nich refleksje.

Kluczową postacią portretowaną przez autora jest Pietro Bartolo, lekarz, który od dwudziestu czterech lat nie opuścił ani jednego transportu z przybijającymi do Lampedusy imigrantami. Jest jak doktor Bernard Rieux z *Dżumy* Alberta Camusa[22]: pomimo wyczerpania i beznadziejności sytuacji walczy i pomaga. Tyle lat spotkań ze śmiercią i cierpieniem nie uodporniło go jednak na własne emocje. Autor z pomocą *preasens historicum* i *futurum historicum* zarysowuje trzy płaszczyzny czasowe – spotkania z Bartolo, refleksji po rozmowie z nim i momentu opisu:

[22] O pisarstwie Alberta Camusa jako ważnej dla siebie lekturze, obok pism Simone Veil, Jarosław Mikołajewski mówił Grzegorzowi Miecugowowi w programie *Inny punkt widzenia*, emitowanym w TVN 24 (http://www.tvn24.pl/inny-punkt-widzenia,37,m/jaroslaw-mikolajewski,583339.html, dostęp: 8.03.2016).

Doktor Bartolo chce rozmawiać w cztery oczy. Z tego, jak się porusza, jak wydaje polecenia, i z tego, jak słuchają go inni, widać, że uchodzi tu za twardziela. A przecież o wielu rzeczach, o których mi powie, będzie mówił na granicy płaczu. Gwałtowne, ledwie kontrolowane skurcze warg odsłoniłyby stronę, jakiej jego współpracownicy najprawdopodobniej nie znają. Twardziel to poza, dzięki niej może zarządzać pogotowiem na Lampedusie. Centrum Pierwszej Pomocy i Przyjęć. Wzruszenie rozwaliłoby ten frontowy szpital od środka. (s. 19)

Doktor decyduje się na rozmowę z reporterem, bo wierzy, że to może coś zmienić, że wiadomość dotrze do władz europejskich. Ujawnia, że obecne wyciszenie informacji o kolejnych falach przybyszów to efekt układu z tymi, którzy żyją z turystyki na wyspie. Uchodźcy są zamykani w ośrodkach, a następnie przewożeni na Sycylię i do Kalabrii na kontynent. Zanim się tam znajdą, każdego, jeszcze na łodzi i na pomoście, bada Pietro Bartolo i jego współpracownicy. Wśród przybyszów w szczególnie trudnej sytuacji są kobiety, niemal bez wyjątku gwałcone w Libii, zanim się z niej wydostaną na przemytniczych łodziach. Wiele z nich jest w niechcianych ciążach, wskutek których grozi im odrzucenie przez rodziny. I kobiety, i mężczyzn czeka jednak jeszcze większy dramat – po dopłynięciu na Lampedusę dowiadują się, że to nie jest ta Europa, do której chcą się dostać, że czeka ich jeszcze daleka i niepewna droga. Są wyczerpani, nie mają pieniędzy i nadziei. Zostaje tylko rozpacz.

Pietro Bartolo wykonuje swoją pracę, bo tak trzeba, choć jej koszty są dla niego ogromne:

Kiedy zajmujemy się żywymi, jest ze mną dwóch, czasem trzech lekarzy. Martwych badam jednak sam. Koledzy mówią: musiałeś się przyzwyczaić, robiłeś to tyle razy. Nieprawda, do tego nie da się przyzwyczaić. Śnią mi się co noc. Każdy, co do jednego. Przychodzą. Mam koszmary. Przede wszystkim kiedy badam ciała dzieci. Albo kobiet w ciąży, które urodziły w czasie katastrofy. (s. 29)

Od lekarza z powieści Camusa odróżnia doktora Bartolo wiara. Przyznaje się, że chrzci wszystkich umarłych, choć nie wie, kim są i czy robi dobrze. W obliczu przerastającej go tragedii szuka ratunku w Absolucie, tak jak trzydziestu z trzystu sześćdziesięciu ośmiu zmarłych w czasie katastrofy z 3 października 2013 roku, którzy przed śmiercią włożyli sobie krzyżyki w usta, powierzając się Bogu.

Doktor widzi jedno rozwiązanie problemu – działanie u źródeł wydarzeń, oddziałanie na sytuację polityczną tak, aby uchodźcy nie wypływali. Długie wyznanie lekarza, pełne porażających faktów i jego emocji, jest najważniejsze w całej konstrukcji reportażu. Wyznacza skalę tragedii i pokazuje koszty po obu stronach – uciekinierów i próbujących im pomagać Lampedusańczyków. Jest głosem oksymoronicznie spokojnej rozpaczy. Doktor nie ma tyle energii, by tracić ją na dramatyzowanie. Tym większe wrażenie robi portret tego skromnego bohatera, który wykonuje nadludzką pracę.

W opowieść Pietra Bartolo autor wplótł autotematyczną refleksję. Jarosław Mikołajewski przypomina wypowiedź Ryszarda Kapuścińskiego o tym, że nigdy nie przeprowadził żadnego wywiadu. Wychodząc od tego paradoksu, autor zmierza do wyznania swojego stosunku do procesu twórczego:

> Kapuściński nie mógł przeprowadzić żadnego wywiadu, bo nie zadawał pytań: czekał, aż ludzie sami zechcą mu o sobie opowiedzieć. To jedna z najważniejszych zasad reportażu: nie pytać, tylko czekać. Budować klimat, namiastkę przyjaźni. Zaplanowanej, lecz autentycznej. Jeśli konieczne – spalać dystans z prędkością prochu. Ale koniecznie wejść do środka, do kresu. […] Potrzebny jest nastrój. Naturalny poród słowa. (s. 22)

Szacunek dla prawdy o człowieku, brak natarczywej presji, zbliżenie bez kreacji i fałszu – oto zasady, dzięki którym reporter o wrażliwości poety, a takim był Kapuściński i jest Mikołajewski, może stworzyć obraz tak wielowymiarowy i przejmujący, docierający do wnętrza ludzi i spraw.

Polifoniczność reportażu Mikołajewskiego, przeciwstawiająca się monofoniczności dziennikarskich korespondencji używających głosów innych jako inkrustacji medialnej wizji świata, zbudowana jest jeszcze z punktów widzenia kilku kolejnych postaci, między innymi opiekunki żółwi, Danieli Freggi, która nie ma żalu do imigrantów, pomimo że zniszczyli niechcący jej laboratorium. Elementy jej portretu znakomicie symbolizują problematykę cierpienia – opiekuje się żółwiami, bo ich życie jest zagrożone, dlatego że zjadają plastikowe śmieci, których pełno w morzu, i haczyki wędek rybaków. Są jak naiwni politycy, choćby Slivio Berlusconi, którzy „łykają haczyk" wykorzystania tragedii Lampedusy do zbijania politycznego kapitału, ale fałsz ich zapewnień demaskuje już na wstępie doktor Bartolo.

Kolejny punkt widzenia i monologowa subnarracja należy do artysty Giacomo Sferlazzo, nie tylko tworzącego muzeum pamięci przybyszów, którzy stracili życie w podróży na Lampedusę, ale też pełniącego rolę *cantastorie*, pieśniarza, splatającego w pieśniowych opowieściach historie z przeszłości i teraźniejszości wyspy (tytuł poświęconego mu rozdziału to *Homer*). Parę szczegółów rysuje jego charakterystykę zewnętrzną, a jednocześnie wewnętrzną: *Wciąż ma tę swoją długą, nieokiełznaną brodę boga morza i wiatru, ale na jego twarzy nie widać już gniewu. Jest za to dojrzała determinacja i spokój. Nawet stateczna łagodność* (s. 48). Giacomo Sferlazzo nie jest lubiany na wyspie, bo krytykuje, pyta, protestuje. Zachowanie pamięci o zmarłych, jego lampedusańskich przodkach i imigrantach traktuje jak misję w świecie, w którym wielu żyje tak, jakby *wczoraj nigdy nie istniało* (s. 62).

Pozostałe portrety: architekta i historyka Antonino Taranto, kierującego prywatnym Archiwum Historycznym wyspy, byłego burmistrza profesora Giovanniego Fragapane kopiującego Caravaggia, wreszcie proboszcza miejscowej parafii,

Don Mimmo, za każdym razem stają się okazją do oddania im głosu. Słowa proboszcza wracają w kończącym książkę poemacie:

> Siódmego października byłem na lotnisku w hangarze, w którym ustawiono trzysta sześćdziesiąt sześć trumien. Powiem Ci bez wstydu: nie udało mi się wtedy pomodlić. Nie umiałem wypowiedzieć ani jednego słowa modlitwy. Zdarzyło mi się to po raz drugi w życiu. Pierwszy raz było to w Auschwitz, kiedy stanąłem w drzwiach celi tak ciasnej, że więźniowie nie mogli się w niej poruszać. Nie potrafiłem wprawić w ruch ani umysłu, ani serca. Nie mogłem wzbudzić w sobie żadnej myśli. (s. 100–101)

a na Lampedusie
rozmawiam z butami
jak gdybym rozmawiał
z pustymi łódkami
jak gdybym rozmawiał z janami
ablami
jak gdybym rozmawiał z naszymi ojcami
rozmawiam z psami
jak z moimi córkami
rozmawiam z palcami
tak jak z wioślarzami
rozmawiam z paznokciami
jak z żywymi tratwami
i pytam czy nie one są tymi trupami
o których nie umiem powiedzieć niczego
(s. 131)

Na koniec

Poprzez poszukiwanie sensu cierpienia, znaczenia pracy, wreszcie celu życia ludzi żyjących na wyspie, poprzez wiele niedopowiedzeń i pojedynczych wrażeń wędrujemy wraz z autorem ku celowemu niespełnieniu. Poeta przenika się w tych poszukiwaniach i pytaniach z reporterem. Ten drugi rozpoznaje świat, słucha, patrzy, chłonie, aby ten pierwszy mógł przesunąć refleksję z tego, co namacalne i konkretne ku temu, co niewyrażalne i złowieszczo tajemnicze w manichejskiej przestrzeni życia i śmierci, dobra i zła. Na zalanej słońcem wyspie, przy jednej z najpiękniejszych plaż na świecie, wyczerpani morderczą podróżą uciekinierzy przechodzą swoje piekło, a mieszkańcy Lampedusy swój czyściec. Światy osobne, nieprzystające i oddzielone tyloma aspektami spotykają się w absolutnie podstawowym egzystencjalnym wyzwaniu. Portretowani Lampedusańczycy, lekarz, artysta, biolożka, historyk, polityk, stając twarzą w twarz z Innym, przechodzą też przez swoje piekła bezradności i cierpienia.

Zbigniew Bauer pisał o antymedialności reportaży Kapuścińskiego, realizowanej przez wielopłaszczyznową strukturę, opartą na multiplikacji środków narracyjnych[23] – tą samą drogą idzie Mikołajewski. Sprzeciwia się banalności medialnego obrazu świata z telewizyjnych migawek. Gładkości stand-upowych diagnoz przeciwstawia słowo pełne symboliki i nieoczywistości. Budzi sumienia – swoje własne i nasze.

Bibliografia

Źródła

Mikołajewski J., *Wielki przypływ*, Wydawnictwo Dowody na Istnienie, Warszawa 2015.

Opracowania

Bauer Z., *Antymedialny reportaż Ryszarda Kapuścińskiego*, Wydawnictwo PAP, Warszawa 2001.

Bauer Z., *Gatunki dziennikarskie*, [w:] *Dziennikarstwo i świat mediów. Nowa edycja*, red. Z. Bauer, E. Chudziński, Universitas, Kraków 2008.

Kapuściński R., *Spotkanie z Innym. Encountering The Other*, Universitas, Kraków 2007.

Kąkolewski K., *Reportaż*, [w:] *Słownik literatury polskiej XX wieku*, red. A. Brodzka et al., Ossolineum, Wrocław 1992.

Nycz R., *Poetyka doświadczenia. Teoria – nowoczesność – literatura*, Wydawnictwo IBL, Warszawa 2012.

Ortega y Gasset J., *O dehumanizacji sztuki*, „Twórczość" 1957, nr 12.

Pleszczyński J., *Reportaż prasowy z filozoficznej perspektywy*, [w:] *Reportaż a przemiany społeczne po 1989 roku*, red. K. Wolny-Zmorzyński, W. Furman, Wydawnictwo Wyższej Szkoły Zarządzania w Rzeszowie, Kraków–Rzeszów 2005.

Przybyszewska A., *Liberackość dzieła literackiego*, Wydawnictwo UŁ, Łódź 2015.

Szczygieł M., *Jak okradałem Małgorzatę Szejnert* (wstęp), [w:] M. Szejnert, *My właściciele Teksasu. Reportaże z PRL-u*, Wydawnictwo Znak, Kraków 2013.

Wojtak M., *Analiza gatunków prasowych*, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2008.

Wojtak M., *Gatunki prasowe*, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2004.

Wojtak M., *Genologiczna analiza tekstu*, „Prace Językoznawcze" 2014, nr 16/3.

Wolny-Zmorzyński K., *Reportaż*, [w:] *Dziennikarstwo i świat mediów. Nowa edycja*, red. Z. Bauer, E. Chudziński, Universitas, Kraków 2008.

Zawojski P., *Sztuka obrazu i obrazowania w epoce nowych mediów*, Oficyna Naukowa, Warszawa 2012.

[23] Z. Bauer, *Antymedialny reportaż Ryszarda Kapuścińskiego*, Wydawnictwo PAP, Warszawa 2001, s. 40.

Materiały internetowe

http://www.tvn24.pl/inny-punkt-widzenia,37,m/jaroslaw-mikolajewski,583339.html [dostęp: 8.03.2016].
http://www.tvn24.pl/xiegarnia,66,m/mikolajewski-w-xiegarni-w-tvn24,500178.html [dostęp: 8.03.2016].

Dorota Kozaryn
Uniwersytet Szczeciński

UWAGI O RECENZJI MUZYCZNEJ W „GOŃCU CHOPINOWSKIM"

Recenzja jest gatunkiem, przed którym stawia się zadanie omówienia i oceny dzieła literackiego, spektaklu teatralnego, koncertu, filmu, wystawy, tekstu naukowego i innego rodzaju działań, którym przypisuje się charakter twórczy[1]. W literaturze przedmiotu podkreśla się zakorzenienie tego gatunku w publicystyce, wynikające z jego genetycznych związków z recenzją literacką pisaną przez krytyków literackich[2], następnie: prymarnie pisany charakter recenzji i związek z miejscem jej publikacji, aktualność i metatekstowy charakter. Językoznawcze i prasoznawcze analizy recenzji podejmują zarówno przywołane powyżej, jak i inne zagadnienia przede wszystkim w odniesieniu do recenzji książek, filmów, spektakli teatralnych

[1] Por. definicje recenzji w: M. Zaśko-Zielińska, *Recenzja i jej norma gatunkowa*, „Poradnik Językowy" 1999, nr 8–9, s. 96–107; K. Wolny-Zmorzyński, A. Kaliszewski, W. Furman, *Gatunki dziennikarskie. Teoria, praktyka, język*, wyd. 2, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2009, s. 99–104; M. Głowiński, *Recenzja*, [w:] *Słownik terminów literackich*, red. J. Sławiński, wyd. 2 posz. i popr., Zakład Narodowy im. Ossolińskich. Wydawnictwo, Wrocław 1998, s. 424.

[2] Por. „Recenzja jest gatunkiem złożonym, stylistycznie przynależnym nie tylko do tekstów naukowych, ale i publicystycznych. Dobór terminów i ich liczba, organizacja całego tekstu oraz ścisły obiektywny racjonalny sposób przedstawiania zbliżają recenzję do gatunków naukowych. Prosty język, ubarwiony związkami frazeologicznymi, intuicyjne, emocjonalne sądy wartościujące, często zabarwione humorem i ironią, prezentacja utworu, mająca na celu nie tylko zapoznanie odbiorców z ważnymi dziełami artystycznymi, lecz skłonienie do zainteresowania się nimi, łączy ją z tekstami komunikacji masowej. […]. S. Gajda zalicza recenzję do oficjalnych gatunków naukowych pisanych obok artykułu, studium, rozprawy, monografii, referatu, raportu, streszczenia, opinii, bibliografii i in. […], T. S. Eliot umieszcza ją na pograniczu publicystyki dziennikarskiej, literatury i nauki, i traktuje jako część krytyki literackiej […]. Jest charakteryzowana wśród gatunków publicystycznych (Jedliński 1984: 70), Saloni zalicza ją do pism użytkowych […], S. Bortnowski uważa recenzję za formę paradziennikarską i paraliteracką, w której wyróżnić można informację, analizę krytyczną, ocenę i reklamę […]. Za swoistą odmianę recenzji uważa J. Kowalikowa recenzje wypracowań uczniowskich, mające określony zasięg występowania, ograniczony do sytuacji, w których nadawany i odbierany komunikat przybiera formę wypracowania […]", M. Krauz, *Recenzja – gatunek naukowy, krytycznoliteracki czy publicystyczny?*, [w:] *Wielojęzyczność w perspektywie stylistyki i poetyki*, red. M. Ruszkowski, Wydawnictwo Akademii Świętokrzyskiej, Kielce 2004, s. 135–151.

czy recenzji naukowych[3], trudno natomiast znaleźć przejawy naukowego zainteresowania recenzjami wydarzeń muzycznych. Stąd próba sformułowania kilku uwag na temat recenzji muzycznej na przykładzie wypowiedzi krytyków muzycznych dotyczących przebiegu XVII Międzynarodowego Konkursu Pianistycznego im. Fryderyka Chopina[4], publikowanych w „Gońcu Chopinowskim". Wybór recenzji dotyczących tego wydarzenia wynika przede wszystkim z rangi samego konkursu, ale także z tego, że – jak wskazuje raport Centrum Badania Opinii Społecznych – ubiegłoroczny konkurs w różnych mediach śledziło ogółem 29% Polaków[5], co, zważywszy na jego specyfikę (wcale niełatwa muzyka tzw. poważna), jest bardzo dobrym wynikiem. Warto więc sprawdzić, jaki kształt przybrały recenzje odnoszące sie do tego wydarzenia opublikowane w oficjalnym bezpłatnym dzienniku XVII Konkursu Chopinowskiego zatytułowanym „Goniec Chopinowski"/ „Chopin Courier"[6], wydawanym w wersji polsko-angielskiej przez Narodowy Instytut Fryderyka Chopina pod redakcją Agaty Kwiecińskiej w postaci tradycyjnej, a od 17 października 2015 roku – także elektronicznej, będącej zdigitalizowaną wersją formy papierowej. Ogółem ukazało się 19 numerów tej gazety, która – zgodnie z założeniami jej wydawcy – miała zawierać „najnowsze informacje z konkursu, recenzje krytyków, zdjęcia zza kulis, wywiady z jurorami i gośćmi, artykuły o muzyce Fryderyka Chopina ukazanej w najrozmaitszych kontekstach oraz o sposobach jej funkcjonowania w dzisiejszym świecie"[7]. Wypowiedzi krytyków zostały opublikowane w tych samych miejscach gazety (od s. 3), ale w działach zatytułowanych dwojako: w numerach 3 i 4 w dziale „Recenzje"/ „Reviews", zaś w numerach 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 17, 18 i 19 w dziale: „Zdaniem

[3] Por. np. R. Cieślak, *Między informacją a publicystyką: kilka uwag o roli recenzenta i funkcjach recenzji w świetle rynkowych i komunikacyjnych przemian mediów III Rzeczpospolitej (zarys analizy autotematycznej – przykład Szczecina)*, „Pogranicza" 2006, nr 3, s. 28–33; M. Pigla, *Językowe sposoby wyrażania oceny na przykładzie recenzji książkowych (środki leksykalne, słowotwórstwo, składnia)*, „Poznańskie Studia Polonistyczne. Seria Językoznawcza" 2007, t. 14, s. 61–76; E. Sękowska, *Językowe środki wyrażania ocen w filmowych recenzjach prasowych*, „Poradnik Językowy" 2002, z. 7, s. 50–61; P. Żmigrodzki, *Przemiana czy upadek recenzji językoznawczej? Uwagi metalingwistyczne*, [w:] *Gatunki mowy i ich ewolucja*, t. 1: *Mowy piękno wielorakie*, red. D. Ostaszewska, Wydawnictwo UŚ, Katowice 2000, s. 136–146.

[4] Międzynarodowy Konkurs Pianistyczny im. Fryderyka Chopina, jeden z najstarszych konkursów muzycznych na świecie, odbywa się w Warszawie od 1927 roku co 5 lat (z dłuższą przerwą w związku z II wojną światową). XVII edycja trwała od 3 do 23 października 2015 roku.

[5] Por. *CBOS: 29 proc. Polaków śledziło transmisje z Konkursu Chopinowskiego* [online], 24.11.2015. Dostępny: http://pl.chopincompetition2015.com/news/8d27f3cb-ec47--4f78--8557--97267ecd8242 [dostęp: 11.03.2016].

[6] ISSN 2450–2723.

[7] *„Goniec Chopinowski" dostępny także online* [online], 17.10.2016. Dostępny: http://pl.chopincompetition2015.com/news/523a6961--54bb-491a-975d-5cb242b5cb96 [dostęp: 25.01.2016].

recenzentów”/ „In the Reviewers’ Opinion” (w numerach 17, 18 i 19 dział nie ma tytułu angielskiego, choć teksty mają postać zarówno polsko-, jak i anglojęzyczną). Tytuł działu nie oznacza jednak, że recenzje przybierają w nich inną postać – we wszystkich numerach zamieszcza się podobnie skonstruowane wypowiedzi krytyczne opatrzone odrębnymi tytułami i podpisane imionami i nazwiskami ich autorów oraz – poza numerem 4 – także ich afiliacjami. Wiersz podpisu umieszczany jest pod tekstem, tylko w numerze 12 przy trzech z pięciu recenzji zamieszczony został pod tytułem, nie pod tekstem – w ten sposób odróżniono recenzje dotyczące kolejnych występów od tych o charakterze podsumowującym II etap[8]. Charakterystyczne jest to, że recenzje umieszczane w „Gońcu Chopinowskim” nie realizują wymogu informacyjnego wprost, nie zawierają bowiem szczegółowego nazwania opisywanego wydarzenia i jego lokalizacji czasowo-przestrzennej. Na przykład recenzja Andrzeja Sułka z nr 4 „Gońca Chopinowskiego” rozpoczyna się od słów: *Dzień rozpoczął się trzepotem serca, gdy na estradę wchodziło trzech Polaków*. Nie zostaje nazwane wydarzenie: przesłuchania I etapu Konkursu Chopinowskiego 3 października, sesja przedpołudniowa. Skąd więc wiadomo, o czym mowa? By odnaleźć ten kontekst trzeba znać zasady przebiegu konkursu, jego program, przeczytać numer poprzedni „Gońca”, w którym umieszczony był plan przesłuchań w dziale „Harmonogram dnia” – należy więc być osobą zainteresowaną omawianym wydarzeniem. Wydaje się, że autorzy recenzji zakładają, iż odbiorca ich tekstów śledzi wydarzenia konkursowe na bieżąco i nie będzie miał problemu z ich identyfikacją. Jednak nawet te recenzje, w których informacji jest więcej, jak np. *Po wtorkowym wieczorze zdominowanym przez hałas i forsowanie dźwięku, przedpołudniowa sesja w środę okazała się swoistą oazą spokoju, niemalże ucieleśnieniem delikatności* (8, MM[9]), potwierdzają w pełni charakter ulotny tych bardzo aktualnych publikacji, ale utrudniają przekształcenie się ich w tekst „dokumentujący stan przeszły”[10] – trudno będzie czytać omawiane wypowiedzi krytyków wyłączone z „Gońca Chopinowskiego”[11], bez korzystania z programu konkursu.

W tym kontekście należy rozważyć fragment definicji *recenzji* Michała Głowińskiego, który pisze: „[…] charakter r[ecenzji] zależy od miejsca publikacji;

[8] Trudno ocenić, czy był to zabieg celowy – nie został powtórzony przy recenzjach z etapu III w numerze 15 „Gońca Chopinowskiego”, ale faktem jest, że w tym numerze wszystkie recenzje miały charakter podsumowujący cały etap.

[9] Po cytatowanych przykładach w nawiasie podawany jest numer „Gońca Chopinowskiego”, po przecinku – inicjały autora recenzji. Wykaz skrótów i ich rozwinięcie zamieszczono w spisie źródeł i wykazie skrótów.

[10] Por. M. Zaśko-Zielińska, *op. cit.*, s. 100.

[11] Dodać należy, że gazeta ta nie ma daty dziennej, wszystkie numery datowane są na październik 2015 roku.

w prasie codziennej r[ecenzje] mają zazwyczaj zadanie przede wszystkim informacyjne”[12]. Jeśli przyjmiemy – za wydawcą „Gońca Chopinowskiego” – że jest to dziennik, doprecyzować należy specyfikę informacyjnego charakteru zamieszczonych w nim recenzji: mimo że nie lokalizują wydarzenia wprost, szczegółowo przedstawiają jego przebieg, jeśli zdaniem recenzenta jest to uzasadnione walorami artystycznymi. Zauważyć bowiem należy przede wszystkim oceniający charakter „Gończowych” recenzji, czy raczej dominację pierwiastka oceniającego nad informacyjnym, streszczającym. Trudno znaleźć takie zdania, w których nie występowałyby elementy wartościujące, oceniające, służące wyrażaniu opinii. Ocenie podlegają przede wszystkim: sposób wykonania utworu (np. *Zagrali na miarę swoich możliwości, nie dali się tremie. Wszystkim jednak zabrakło przekonania do etiud – jako zadania także artystycznego* – 4, AS), utwór jako efekt działalności wykonawczej (np. *Kolęda – choć trochę zbyt szybka – zachowała charakter dzięki wyśpiewanej melodii* – 7, AS; *Nawet wirtuozowskie ujęcia* [*próbowali ich pianiści z Korei i Chin*] *przede wszystkim przyprawiały muzykę o zadyszkę* – 9, JP), charakter wykonawcy (np. *Czech Marek Kozák, szlachetnie zdystansowany od wielkich emocji* – 10 KM; *Chwilami brakło mu właśnie pokory, która ostrzegłaby go przed odsuwaniem na plan dalszy tych warstw muzyki Chopina, które on uznaje czasem za mniej ważne* – 11, KM; *To osobowość jak monolit, rasowy pianista doskonale władający instrumentem, niemal bezbłędnie precyzyjny* – 13, AS).

Przedstawiane są także reakcje, odczucia i przekonania recenzenta wywołane grą uczestnika (np. *Jej Nokturn fis-moll ujął mnie elegijnym tonem i rosyjską melancholią* – 5, RŚ; *Z przyjemnością słuchałem Łukasz Mikołajczyka* – 6, AS; […] *nie wywołali trzęsienia ziemi na miarę Hitchcocka, ale z pewnością był to dobry początek* – 4, AS; *Nie ukrywam, że Kate Liu jest jedną z moich faworytek* – 10, DS). Do wyrażania tych ocen wykorzystywane jest przede wszystkim słownictwo, które – za Jadwigą Puzyniną – podzielić można ze względu na sposób nabywania przez nie znaczenia wartościującego na: słownictwo ogólnie wartościujące i opisowo-wartościujące[13]. Do pierwszej grupy należą wyrazy prymarnie wartościujące, czyli środki systemowe, w których aspekt oceniający jest bezpośrednio wpisany w znaczenie i jasno określony. W grupie drugiej znajdą się te słowa, które nabierają cech oceniających w określonym kontekście/konsytuacji i dlatego nazywane są wtórnie wartościującymi. W swej strukturze semantycznej zawierają elementy nieoceniające lub oceniające, ale z punktu widzenia innych kryteriów (np. ocena estetyczna wyrażana za pomocą wartości moralnych czy poznawczych).

[12] M. Głowiński, *op. cit.*, s. 424.

[13] J. Puzynina, *Jak pracować nad językiem wartości?*, [w:] Język a Kultura, t. 2: *Zagadnienia leksykalne i aksjologiczne*, red. J. Puzynina, J. Bartmiński, Wiedza o Kulturze, Wrocław 1991, s. 133 i nast.

Sprawdźmy więc, w jaki sposób w omawianych recenzjach przedstawiane jest to, co się podoba i to, co się nie podoba. Proponuję ogląd z tej perspektywy recenzji Jacka Marczyńskiego zatytułowanej *Nierozstrzygnięty pojedynek polsko-japoński* (6, JM). Tytuł wskazuje na udział w recenzowanym wydarzeniu (I etap, przesłuchania popołudniowe 5.10.2015) pianistów z Japonii i Polski występujących na przemian, choć w tekście przywołani zostali także uczestnicy z: Indonezji, Rosji i Łotwy. Opisy ich wykonań przytaczane są w kolejności pojawiania się artystów na estradzie, zawsze z oceną.

Występ pierwszej, Nozomi Nakagari, oceniono raczej pozytywnie, co zostało oddane przez sformułowanie *ustawiła wysoko poprzeczkę*, użycie wprost oceniającego przysłówka *ładnie* w znaczeniu ‘w sposób sprawiający pozytywne estetyczne wrażenie’ przy opisie brzmienia wykonywanego przez Japonkę Nokturnu G-dur op. 37 nr 2, *który z każdym taktem ładnie się rozwijał*, a także ocenę gry jako *stonowanej*, czyli ‘brzmiącej właściwie’, *dojrzałej*, czyli ‘wynikającej z doświadczenia i dlatego prezentującej odpowiedni poziom’ i *okraszonej ładnym dźwiękiem*. Moja opinia, że jest to ocena raczej pozytywna, wynika z następnego zdania autora recenzji, wprowadzającego pewne niedopowiedzenie: *Taki styl lubią jurorzy, słuchacze trochę mniej* – trudno wskazać, z którą z grup w tym wypadku identyfikuje się Marczyński.

O następnym wykonawcy, Szymonie Nehringu, czytamy, że: *jest utalentowany, ale niezbyt dojrzały jako artysta*. Użyte określenia wskazują więc wprost na wielkie zdolności Polaka, ale jednocześnie na brak doświadczenia niezbędny do osiągnięcia ideału estetycznego prezentowanego przez leksem *artysta*. Uzasadnienie tej opinii wykorzystuje czasownik r*ozsypać się*, czyli ‘ulec rozpadowi, nie stworzyć całości’ oraz imiesłów przymiotnikowy *rozwichrzony* w podobnym znaczeniu ‘doprowadzony do nieładu’ z dopowiedzeniem łagodzącym tę negatywną wymowę *ale bez przesady*. Nawet pojawiający się fragment: *lepiej wypadła nostalgiczna Etiuda cis-moll op. 25 nr 7*, mimo użycia przysłówka *dobrze* w stopniu wyższym, nie pozwala uznać oceny występu Nehringa za pozytywną.

W wypadku kolejnej uczestniczki negatywna opinia wyrażona została stwierdzeniem najgorszym chyba dla muzyka – że wykonywane przez Mariko Nogami Scherzo cis-moll *było chwilami nie do słuchania*, co wynikało *z atakowania ostrym dźwiękiem* oraz *przerysowaną dynamiką*. *Atakować*, *ostry* i *przerysowany* to wyrazy wnoszące negatywne konotacje. *Na tym tle* – pisze recenzent, co wskazuje na oczywisty porównawczy charakter recenzji – *Piotr Nowak wypadł zdecydowanie korzystniej*. To użycie przysłówków o znaczeniu ‘w sposób nieulegający wątpliwości’ oraz ‘dodatnio, pozytywnie, przychylnie’ wskazuje na ocenę pozytywną.

Bardzo dobrze został oceniony jeden z utworów wykonanych przez kolejną Japonkę, Arisę Anodę, co recenzent wyraził czasownikiem *urzec*, czyli 'zachwycić, wprawić w zachwyt', pozostałe jednak rozczarowały, co zostało wyrażone frazą: *nie ma jeszcze wyczucia dużej formy chopinowskiej*. Wyraz *jeszcze* w tym fragmencie zdaje się wyrażać nadzieję autora, na co może wskazywać podanie młodego wieku pianistki (19 lat).

Opisowo wartościuje Marczyński występ Indonezyjczyka: *Ronald Noerjadi z Indonezji nie zdołał okiełznać żywiołowej dynamiki*. Rosjankę ocenia wprost: *wydała mi się bezbarwna*, czyli 'nieinteresująca, monotonna'. W ocenie Łotysza wykorzystuje także wyrazy ogólnie wartościujące: *efektowny*, czyli 'zwracający na siebie uwagę oryginalnością, pięknem', *dojrzały*, *wnikliwość*, czyli 'sumienne zgłębianie czegoś, docieranie do sedna, istoty' oraz *wirtuozowski rozmach*, znaczący 'dynamikę, energię cechującą sposób wykonywania danej czynności właściwy artyście muzykowi, wykonującemu po mistrzowsku utwory muzyczne'.

Jak wynika z przeprowadzonej analizy językowych sposobów wyrażania oceny, w recenzjach „Gończowych" pojawiają się elementy leksykalne ogólnie wartościujące i opisowo-wartościujące, z dominacją tych wtórnie wartościujących, co wynika nie tylko z dążenia do różnorodności przekazywanych treści, ale także z ogólniejszego problemu dotyczącego sposobów mówienia o muzyce.

„Muzyka i mowa należą do szczególnych form komunikacji człowieka wykorzystujących dźwięk jako nośnik informacji. Jak wykazują wyniki analiz, organizacja materiału akustycznego w obu tych mediach wykazuje wiele cech wspólnych"[14] – twierdzi Piotr Podlipniak i ukazuje te pokrewieństwa, dostrzegając je w: powszechności występowania we wszystkich kulturach ludzkich, łatwej rozpoznawalności mowy ojczystej i muzyki z danego kręgu kulturowego spośród wszystkich innych dźwięków, podobieństwie organizacji materiału dźwiękowego[15], generatywnym charakterze organizacji struktury przebiegu muzycznego i wypowiedzi językowej, tu także podobieństwo dotyczy stosowania reguł organizacyjnych. Istniejące między muzyką i językiem różnice odnoszą sie do „możliwości komunikacyjnych i rodzaju znaczenia, jakie są zdolne przekazać oba te media. Muzyce brak

[14] P. Podlipniak, *Czy istnieje odrębność przetwarzania „muzycznych" aspektów mowy?*, „Rocznik Kognitywistyczny" 2009, t. 3, s. 109.

[15] „Podobieństwa te dotyczą wykorzystania zarówno niektórych zjawisk akustycznych, zasad leżących u podstaw organizacji ich elementarnych składowych systemów dźwiękowych, jak i reguł rządzących zestawianiem tych składowych. […] wskazać należy przede wszystkim na elementy organizacji suprasegmentalnej języka, takie jak: kontur intonacyjny […] (w terminologii lingwistycznej nazywany niekiedy również prozodycznym, w terminologii muzykologicznej będący zjawiskiem homologicznym konturu melodycznego), grupowanie rytmiczne, fraza […] czy akcent. U podstaw organizacji systemów dźwiękowych zarówno każdej muzyki, jak i języka leżą niepodzielne jednostki zwane w terminologii lingwistycznej fonemami […]", P. Podlipniak, *op. cit.*, s. 110–111.

jest przede wszystkim charakterystycznej cechy języka, jaką jest kompozycjonalność znaczenia […], polegająca na tworzeniu nowych znaczeń za pomocą łączenia niezależnie istniejących elementów”[16]. Jeśli chcemy za pomocą języka mówić o muzyce, musimy posługiwać się metaforami konceptualnymi. To one, zwerbalizowane w języku, funkcjonują jako „komentarz słowny [który – dop. D. K.] pomaga określić, czym jest muzyka, co wyraża i co dla nas znaczy”[17].

Z badań Ewy Biłas nad językiem poezji[18] wynika, że wśród metafor pojęciowych tworzących językowy obraz muzyki w poezji znajduje się metafora MUZYKA TO JĘZYK/MOWA, ponieważ tak jak język muzyka służy komunikowaniu, za pomocą właściwych sobie środków potrafi przedstawiać rzeczywistość, może – tak jak język – pełnić funkcję interpretującą i kształtującą zachowania[19]. Wydaje się, że w recenzjach ubiegłorocznego Konkursu Chopinowskiego można dostrzec urzeczywistnienie się tej metafory dotyczącej języka ujmowanego jako *parole*, realizacji w postaci konkretnych gatunków. To dwa rozbudowane porównania Kacpra Miklaszewskiego, w których autor przywołuje: udzielenie nagany: *Ten sam Nokturn, z delikatną repryzą po recytatywie brzmiącym jak reprymenda mamusi* (12, KM) oraz oficjalne wystąpienie z zakresu PR: *Przyznaję że początek delikatnie zagranego Walca a-moll op. 34 nr 2 wydał mi się bliższy orzeczeniu rzecznika jakiejś wielkiej instytucji* (12, KM). W obu wypadkach przywołane gatunki mają służyć oddaniu charakteru, sposobu gry uczestników: ostrej w pierwszym wypadku i oficjalnej w drugim. Do komunikatywnego aspektu języka, jego przemienności odwołuje się opisywanie muzyki w kategorii stawiania pytań i udzielania na nie odpowiedzi: *Szkoda, że Andrzej Wierciński, epatując potęgą brzmienia fortepianu nie zadał sobie kilku pytań przed każdym z utworów* (12, KM); *Jurinić próbował być „jakiś”, ale nie umiał odpowiedzieć na pytanie: „jaki?”. Szkoda* (13, AS). I jeszcze dwa porównania, w których język zestawia się z muzyką, oba z recenzji Jakuba Puchalskiego pt. *Smutny walc*, w której autor podsumowuje niezdanie przez uczestników II etapu „testu tańców”. Brak umiejętności ich poprawnego wykonywania porównuje do mowy w niezrozumiałym języku: *Skąd się bierze wrażenie, jakby wszyscy mówili w obcym języku?* (12, JP). Zaś przyczyn nieposiadania przez uczestników umiejętności oddania Chopinowskiej taneczności upatruje w nieodpowiednim funkcjonowaniu w świecie kultury muzycznej lub obcowaniu z nieodpowiednią kulturą muzyczną: *Kultura dźwięku i frazy kształtuje*

[16] *Ibidem*, s. 111.

[17] N. Cook, *Muzyka*, tłum. M. Łuczak, Prószyński i S-ka, Warszawa 2000, s. 24.

[18] E. Biłas, *Muzyka w poezji. Językowy obraz „muzyki” w ujęciu kognitywnym*, [w:] *Kognitywizm w poetyce i stylistyce*, red. G. Habrajska, J. Ślósarska, Towarzystwo Autorów i Wydawców Prac Naukowych „Universitas”, Kraków 2006, s. 123–139.

[19] Por. *ibidem*, s. 135.

się nie tylko poprzez realizację poleceń nauczyciela, lecz przede wszystkim przez nieustanny kontakt z wzorcem – tak jak język, akcent w mowie, który łatwo nabyć, gdy się w nim wzrasta, ale już trudno się go nauczyć (12, JP).

Analizowane recenzje ukazują realizację jeszcze innej metafory, stanowiącej swoistą submetaforę metafory MUZYKA TO JĘZYK/MOWA, a mianowicie MUZYKA TO LITERATURA. Podrzędność wobec metafory MUZYKA TO JĘZYK/MOWA wynika z faktu funkcjonowania literatury w języku i dzięki niemu. Metaforę MUZYKA TO LITERATURA ewokuje przede wszystkim używanie terminu *narracja* do opisu muzyki wykonywanej przez uczestników Konkursu Chopinowskiego. *Narracja* to – według *Słownika terminów literackich* – 'wypowiedź monologowa prezentująca ciąg zdarzeń uszeregowanych w jakimś porządku czasowym, powiązanych z postaciami w nich uczestniczącymi oraz ze środowiskiem, w którym się rozgrywają'[20]. W użyciach w omawianych recenzjach muzycznych *narracja* aktualizuje znaczenie wynikające z definicji, czyli spójny przekaz jednego autora uporządkowany czasowo czy raczej rozwijający, stający się w czasie. Wprost o takiej analogii mówią następujące cytaty: *wybór między zupełnie odmiennymi koncepcjami – nie tylko interpretacji muzyki, ale muzyki jako sztuki narracji w ogóle* (17, JP); *Kanadyjczyk postanowił narzucić własny puls muzycznej narracji* (19, AS). To, że stworzenie spójnego przekazu wymaga podejmowania celowych działań, wynika z użyć, w których mówi się o budowaniu, kształtowaniu narracji, co wymaga wysiłku intelektualnego: *Chinka Chinan Zhang ładnie ukształtowała nastrojową narrację Nokturnu H-dur op. 62 nr 1* (8, JM); *u Chopina nie trzeba ballady (zabrzmiała tylko raz), by musieć obmyślać narrację – bywa ona konieczna nawet w niewielkim walcu* (9, JP); *W poszukiwaniu narracji* (6, AS), zaś efektem tej pracy może być jej logiczność: *etiudy imponowały selektywnością artykulacji, Ballada g-moll – logiczną narracją* (7, RŚ).

W innym fragmencie mówi się o tworzeniu narracji z wątków, definiowanych przez teorię literatury jako elementy budujące świat przedstawiony, pośrednie między zdarzeniem a fabułą: *Chopinowskie wielkie formy. Tu musi dojść do głosu umiejętność budowania wielowątkowej, wymykającej się schematom narracji* (4, AS). Spójność stworzonego przekazu podkreśla się, pisząc o ciągłości przebiegu narracji: *W Nokturnie E-dur op. 62 nr 2 stworzył spokojnie płynącą narrację* (6, AS). Zrównanie siły oddziaływania języka i muzyki wynika pośrednio z cytatu, w którym mowa o *interesującej narracji*: *Przemówiła za to interesującą narracją w wykonanym na koniec programu Scherzu b-moll* (9, KM). Jako synonim narracji pojawia się leksem *opowieść*: *Czekając na opowieść* (9, JP); *z Walca F-dur op. 34 nr 3 uczynił opowieść radosną, dowcipną, zachwycającą* (9, KM); *w opo-*

[20] Hasło: *Narracja*, [w:] *Słownik terminów literackich*, *op. cit.*, s. 303.

wieści, którą dostrzegł w Balladzie f-moll, szukał najpierw wątków mistycznych, ale od fugata włączył w narrację wątek dramatyczny (9, KM); *spróbował jednak zbudować opowieść w zasłuchanej w siebie Balladzie f-moll* (9, JP). Pośrednio na potrzebę istnienia opowieści w przekazie muzycznym wskazuje użycie formuły *nie być o niczym*: *Po raz pierwszy na tym Konkursie Andante spinato i Wielki Polonez nie były „o niczym”* (10, DS). Na opowieść/narrację jako wyznacznik utworów muzycznych wskazuje mówienie o ich epickości: *II etap sprawdza umiejętność interpretacji form epickich* (9, JP).

Innym leksemem ukazującym pojmowanie muzyki w kategoriach literatury jest słowo *dramaturgia.* Używane jest w omawianych recenzjach w znaczeniu nawiązującym do jednego z trzech podawanych przez *Słownik terminów literackich*, a mianowicie do tego, które określa dramaturgię jako ‘zespół właściwości kompozycyjnych utworu dramatycznego lub widowiska teatralnego, na który składają się spójność, przejrzystość, logika konstrukcyjna i tempo przebiegu fabularnego’[21]. Z użyć słowa *dramaturgia* w omawianych recenzjach nie dowiadujemy się, jak jest ona rozumiana, tak jak gdyby recenzenci zakładali, że mówią o kategorii powszechnie znanej. Czytamy więc o sposobach budowania tejże: *przekonująco zbudował dramaturgię Poloneza fis-moll* (11, KM) poprzez przerwy między dźwiękami i przedłużenia brzmień niektórych z nich: *Pauzy i fermaty są dla niego* [tj. Luigi Carroccia – dop. D. K.] *narzędziem budowania dramaturgii* (4, AS) czy niestosowanie zmian temp: *przejmującą dramaturgię można budować bez stosowania skrajnych kontrastów dynamicznych* (8, JM). Dowiadujemy się także o tym, że niełatwo tę kategorię osiągnąć: *Większość uczestników trzeciego etapu nie zdała też egzaminu z dramaturgii formy recitalowej* (15, AS), może dlatego, że – jak wynika z innej recenzji: *muzyka Chopina kipi od emocji, ale trzeba popracować nad dramaturgią – sama realizacja tekstu nie wystarczy* (6, AS).

W recenzjach muzycznych znajdujemy też przywołania trzeciego rodzaju literackiego – liryki. Oczywiście, chodzi tu – podobnie jak i w wypadku wyrazów *narracja* oraz *dramaturgia* – o oddanie znaczenia nadbudowanego nad terminem literackim, a wywodzącego się z przekonania o tym, że utwory liryczne, to te „których domenę tematyczną stanowią przede wszystkim przeżycia, doznania, emocje i przekonania jednostki”[22]. Wydaje się jednak, że gdy mowa w tytule jednej z recenzji o *Azjatyckiej liryce* (8, JM), chodzi nie tyle o pokazanie indywidualizmu, oryginalności recenzowanych muzyków, ile ich uczuciowości, nastrojowości w sposobie ich gry. Podobnie jest w przypadku określania charakteryzujących się nastrojowym, sentymentalnym wykonawstwem artystów – mianem *liryków* (*wielu*

[21] Hasło: *Dramaturgia*, [w:] *Słownik terminów literackich*, *op. cit.*, s. 102.
[22] Hasło: *Liryka*, [w:] *ibidem*, s. 254.

z nich okazało się subtelnymi lirykami – 8, JM; *Lirykiem jest też jej rodak Cheng Zhang* – 8, JM) czy *poetów* (*Włoch Luigi Carroccia to poeta, który nie narzuca swoich poglądów; gra delikatnie, tylko proponując pewne rozwiązania* – 9, KM; *Duszę poety ujawnił też Piotr Nowak w drobiazgowo i pięknie zaplanowanej Fantazji fis-moll* – 11, KM), a sposobu ich gry opatrywanie mianem *poezji* (*nadając Polonezowi fis moll siłę i moc, a w jego części mazurkowej odpowiednią dozę poezji* – 11, JP; Mieliśmy *kilka różnych ujęć: mocno ujednolicone wyrazowo* […]; *zostawiające więcej miejsca na poezję* […] – 15, JP) lub określanie jej przysłówkiem *poetycko* (*efekty okazywały się obiecujące, jak choćby w poetycko potraktowanym Polonezie-Fantazji* – 12, KM; *Takiej, z jaką Chorwat zagrał Nokturn Des-dur z op. 27: poetycko i nad podziw pięknie* – 5, RŚ) czy przymiotnikiem *poetycki* (*dojrzałość, pokorę wobec tekstu kompozytora, poetycką wyobraźnię i elastyczną technikę zjednoczyła w błyskotliwie wykonanym Rondzie ES-dur* – 11, KM). Najczęściej jednak recenzenci posługują się dla oznaczenia nastrojowości wykonania przymiotnikiem *liryczny*, którym określają: charakter utworu (*niekiedy akuratnie powstrzymując bieg muzyki, by nadać charakter lirycznym melodiom* – 17, JP; *Każdy miał swój numer popisowy, pięknie wykonany:* […] *Krzysztof Książek – liryczny Nokturn fis-moll* – 5, DS; *lepiej pasuje do niego liryczny Nokturn fis-moll op. 27 nr 2* – 6, AS), atmosferę wykonania (*przechodząc arcynaturalnie z atmosfery lirycznej romantyczności* – 19, AS; *stworzyć liryczny nastrój w Etiudzie cis-moll z op. 25* – 7, RŚ), wykorzystane środki artystyczne (*wybrala w tym etapie Barkarole Fis-dur, bardziej odpowiadającą jej lirycznym środkom wyrazowym* – 8, JM), charakter wykonawcy (*Francuz Olof Hansen, pianista liryczny* – 4, JM). Dwa razy w recenzjach jest mowa o poetyce: raz poloneza (*Łukasz Krupiński ujął nie tylko sięgnięciem po Polonezy z op. 26, lecz także bardzo dojrzałą poetyką pierwszego z nich* [*cis-moll*] – 10, KM) i raz barkaroli (*Galina Chistiakova z Rosji bez pośpiechu delektowała się poetyką Barkaroli* – 9, KM). Użycia te zdają się świadczyć, że wyraz ten wykorzystywany jest tu w znaczeniu: ‘zespół reguł i norm organizujących daną wypowiedź’, a więc w znaczeniu związanym z poetyką normatywną, sformułowaną czy immanentną.

I jeszcze jeden dowód na pojmowanie i przedstawianie muzyki jako literatury – użycie słowa *tekst*. Użycia tego leksemu są w pełni uzasadnione w sytuacji nazywania nimi utworów Chopina jako tekstów kultury wewnętrznie uporządkowanych i zorganizowanych według określonych reguł (zgodnie z ujęciem semiologii). Jednak w omawianych recenzjach o tekstach mówi się w odniesieniu do partytury, wskazując niejako na to, że mamy do czynienia z rozumieniem utworu – tak jak tekstu w tekstologii – jako utrwalonego w postaci graficznej zapisu szeregu znaków, tworzących całość, stanowiących podstawę do stworzenia utworu: *Jej Etiudy były olśniewające, pianistka penetrowała każdy zakamarek tekstu* (6, AS); *sama*

realizacja tekstu nie wystarczy (6, AS); *Zabrakło rzetelności tekstowej* (8, MM); *Gdyby zdołał uniknąć potknięć tekstowych* (8, MM). Jedno użycie wykorzystuje łacińskie znaczenie słowa *textus* jako ‘materiał, tkanina’ i stąd obraz muzyki jako nitki – zaczątka i podstawy całej tkaniny, na której należy umieszczać cenne elementy: *zgubił niestety nitkę, na którą powinien był nanizać dźwięki pasaży i kantyleny utworu* (12, KM). Inna możliwa interpretacja to odwołanie się do nawlekania sznura korali.

Ukazywanie muzyki jako języka i literatury nie stanowi jedynych sfer, do których odwołują się autorzy, by recenzowane wykonania opisać. Są tu i odwołania do wojny (np. *dzielnie walczyła z trudną materią Poloneza-Fantazji i Poloneza fis-moll* – 12, DS), do sportu (np. *Tak oto, niemal rzutem na taśmę, uczestnicy z Dalekiego Wschodu udowodnili, że liczą się w konkursowej stawce* – 8, JM), do plastyki (np. *Chopin urodzonego w Londynie Kausikana Rejshkumara jest trochę z innej planety – szkicowany cienkim piórkiem, jakby improwizowany* – 7, RŚ; *Wprawdzie zabrakło mi w jej grze wyrazistego, ostrego rysunku – czy to melodii, czy zwłaszcza figur rytmicznych* – 17, JP), zjawisk fizycznych (np. *W Scherzu h-moll był prawdziwy żar, ruchliwość i zmienność płomieni* – 6, AS) czy nawet ogrodnictwa (*nie działa tym razem bezwzględny konkursowy sekator wycinający z bujnego i różnokolorowego kwiecia równiutko uformowany żywopłot* – 12, AS). Ta wielorakość wynika z pewnością z trudności związanych z wyrażeniem słowami muzyki, ale także z postawy przyjętej przez recenzentów. Krytycy poproszeni o przedstawianie swych opinii na kartach „Gońca Chopinowskiego” to – z wyjątkiem Jacka Marczyńskiego, Marcina Majchrowskiego i Jakuba Puchalskiego – wykształceni muzycy, znający zatem doskonale warsztat wykonawczy. Nie dziwi więc przywoływanie w recenzjach szczegółów wykonawczych (np. *rola obu rąk i planów brzmieniowych* – 4, AS; *sięgając także do pedału una corda* – 9, JP), terminologii muzycznej (np. *arpeggiowa Etiuda Es-dur* – 5, DS; *raziły forsownym forte* – 7, RŚ; *dźwięki na słabych wartościach taktu stają się często niesłyszalne, przez co zanika struktura rytmiczna* – 9, JP), tonacji utworów oraz opusu i numeru. Profesjonalny charakter analizowanych tekstów podkreśla także odwoływanie się do tradycji wykonawczych, np. *godna wzorca stworzonego przez Polliniego* (4, AS); *nie wytrzymuje porównań z pamiętną konkursową kreacją Ivo Pogorelicza* (5, RŚ).

Wydaje się, że dziennikowemu charakterowi „Gońca Chopinowskiego” nie odpowiadają: ani kształt językowy recenzji, ani sposób pełnienia przez nie funkcji informacyjnej (brak danych lokalizujących i nazywających wydarzenie), ani zakładany odbiorca (od którego wymaga się znajomości przynajmniej podstaw muzyki), ani rola krytyka, który – może nie do końca dokonuje pogłębionej refleksji krytycznej, ale z pewnością – tak jak w recenzji krytycznoliterackiej – próbuje formować gust muzyczny czytelników.

Spis źródeł

(w nawiasie umieszczono nr „Gońca Chopinowskiego", po przecinku inicjały autora recenzji)

1. Andrzej Sułek, *Początek (prawie) jak z Hitchcocka* (4, AS).
2. Jacek Marczyński, *Osiem prób z mocnym finałem* (4, JM).
3. Róża Świątczyńska, Polskie Radio, Program 2, *Nieznośna lekkość klawiatury* (5, RŚ).
4. Dorota Szwarcman, „Polityka", *Hitchcocka ciąg dalszy* (5, DS).
5. Andrzej Sułek, krytyk niezależny, *W poszukiwaniu narracji* (6, AS).
6. Jacek Marczyński, „Rzeczpospolita", *Nierozstrzygnięty pojedynek polsko-japoński* (6, JM).
7. Róża Świątczyńska, Polskie Radio, Program 2, *Pierwsze olśnienie* (7, RŚ).
8. Dorota Szwarcman, „Polityka", *Coraz więcej Chopinów* (7, DS).
9. Marcin Majchrowski, Polskie Radio, Program 2, *Chiny kontra reszta świata* (8, MM).
10. Jacek Marczyński, „Rzeczpospolita", *Azjatycka liryka* (8, JM).
11. Kacper Miklaszewski, krytyk niezależny, *Sześcioro pianistów, sześć wizji Chopina* (9, KM).
12. Jakub Puchalski, „Tygodnik Powszechny", *Czekając na opowieść* (9, JP).
13. Kacper Miklaszewski, krytyk niezależny, *Chopin barwny i powściągliwy* (10, KM).
14. Dorota Szwarcman, „Polityka", *Są osobowości!* (10, DS).
15. Kacper Miklaszewski, krytyk niezależny, *Pokorni i zbuntowani* (11, KM).
16. Jakub Puchalski, „Tygodnik Powszechny", *Rozkosze dyscypliny* (11, JP);
17. Kacper Miklaszewski, krytyk niezależny, *O potędze brzmienia i pożytkach z akademizmu* (12, KM).
18. Dorota Szwarcman, „Polityka", *Ostatnie akordy drugiego etapu* (12, DS).
19. Jakub Puchalski, „Tygodnik Powszechny", *Smutny walc* (12, JP).
20. Andrzej Sułek, krytyk niezależny, *W różnorodności siła* (12, AS).
21. Andrzej Sułek, krytyk niezależny, *Potyczki z formą* (13, AS).
22. Dorota Szwarcman, „Polityka", *Demony i chochliki* (14, DS).
23. Andrzej Sułek, krytyk niezależny, *Egzamin z Chopina* (15, AS).
24. Dorota Szwarcman, „Polityka", *Walka o formę i treść* (15, DS).
25. Jakub Puchalski, „Tygodnik Powszechny", *Niewygoda sonaty* (15, JP).
26. Jakub Puchalski, „Tygodnik Powszechny", *Panta rhei* (17, JP).
27. Andrzej Sułek, krytyk niezależny, *Koncert koncertów* (19, AS).

Bibliografia

Biłas E., *Muzyka w poezji. Językowy obraz „muzyki" w ujęciu kognitywnym*, [w:] *Kognitywizm w poetyce i stylistyce*, red. G. Habrajska, J. Ślósarska, Towarzystwo Autorów i Wydawców Prac Naukowych „Universitas", Kraków 2006.

CBOS: 29 proc. Polaków śledziło transmisje z Konkursu Chopinowskiego [online], 24.11.2015. Dostępny: http://pl.chopincompetition2015.com/news/8d27f3cb-ec47--4f78--8557--97267ecd8242 [dostęp: 11.03.2016].

Cieślak R., *Między informacją a publicystyką: kilka uwag o roli recenzenta i funkcjach recenzji w świetle rynkowych i komunikacyjnych przemian mediów III Rzeczpospolitej (zarys analizy autotematycznej – przykład Szczecina)*, „Pogranicza” 2006, nr 3.

Cook N., *Muzyka*, tłum. M. Łuczak, Prószyński i S-ka, Warszawa 2000.

„Goniec Chopinowski” dostępny także online [online], 17.10.2016. Dostępny: http://pl.chopincompetition2015.com/news/523a6961–54bb-491a-975d-5cb242b5cb96 [dostęp: 25.01.2016].

Krauz M., *Recenzja – gatunek naukowy, krytycznoliteracki czy publicystyczny?*, [w:] *Wielojęzyczność w perspektywie stylistyki i poetyki*, red. M. Ruszkowski, Wydawnictwo Akademii Świętokrzyskiej, Kielce 2004.

Pigla M., *Językowe sposoby wyrażania oceny na przykładzie recenzji książkowych (środki leksykalne, słowotwórstwo, składnia)*, „Poznańskie Studia Polonistyczne. Seria Językoznawcza” 2007, t. 14.

Podlipniak P., *Czy istnieje odrębność przetwarzania „muzycznych” aspektów mowy?*, „Rocznik Kognitywistyczny” 2009, t. 3.

Puzynina J., *Jak pracować nad językiem wartości?*, [w:] Język a Kultura, t. 2: *Zagadnienia leksykalne i aksjologiczne*, red. J. Puzynina, J. Bartmiński, Wiedza o Kulturze, Wrocław 1991.

Sękowska E., *Językowe środki wyrażania ocen w filmowych recenzjach prasowych*, „Poradnik Językowy” 2002, z. 7.

Słownik terminów literackich, red. J. Sławiński, wyd. 2 posz. i popr., Zakład Narodowy im. Ossolińskich. Wydawnictwo, Wrocław 1998.

Wolny-Zmorzyński K., Kaliszewski A., Furman W., *Gatunki dziennikarskie. Teoria, praktyka, język*, wyd. 2, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2009.

Zaśko-Zielińska M., *Recenzja i jej norma gatunkowa*, „Poradnik Językowy” 1999, nr 8–9.

Żmigrodzki P., *Przemiana czy upadek recenzji językoznawczej? Uwagi metalingwistyczne*, [w:] *Gatunki mowy i ich ewolucja*, t. 1: *Mowy piękno wielorakie*, red. D. Ostaszewska, Wydawnictwo UŚ, Katowice 2000.

Grażyna Filip
Uniwersytet Rzeszowski

O HISTORII I FILMACH HISTORYCZNYCH W KRYTYCE ZYGMUNTA KAŁUŻYŃSKIEGO

> Dumas dokonał więc fałszerstwa, ale – jak oświadczył – historię wolno zgwałcić pod warunkiem, że zrobi się jej dziecko. I dokonał tego: jego fabuła jest zaiste sensacyjna. W dodatku scenarzysta i reżyser Randall Wallace (to on napisał *Waleczne serce* dla Mela Gibsona, Oscar w 1997 roku) jeszcze dołożył nieco od siebie![1]

Resztki z historii[2] – wprowadzenie

Na motto niniejszych rozważań wybrałam nieco prowokacyjny fragment recenzji Zygmunta Kałużyńskiego, dotyczącej brytyjskiego filmu z 1998 roku, *Człowiek w żelaznej masce*. Przytoczone słowa stanowią kwintesencję konsekwentnie podtrzymywanej i przekazywanej widzom opinii cytowanego dziennikarza na temat kinowych produkcji historycznych. Zygmunt Kałużyński jako krytyk słynął z bezkompromisowych i kategorycznych ocen o znacznym nacechowaniu ekspresywnym. Należy jednak przy tym podkreślić jego erudycję, a także świadomość potencjału leksykalnego i semantycznego polszczyzny. W efekcie autor pozostawił nośne merytorycznie kontaminacje recenzji i esejów, charakteryzujące się hybrydowością gatunkową oraz skutecznością perlokucyjną, interesujące także pod względem językowo-stylistycznym.

Czynione tu analizy można odnieść do problematyki współczesnych mediów, biorąc pod uwagę dwa zagadnienia:

1. Relację media a tekst – współrzędną i łączną z punktu widzenia syntaktyki, co nie pozostaje bez wpływu na semantyczny aspekt całego wyrażenia.
2. Gatunki w mediach jako w pewnym stopniu konsekwencję współzależności zasygnalizowanej w poprzednim punkcie.

[1] Z. Kałużyński, T. Raczek, *Perły kina. Leksykon filmowy na XXI wiek*, t. 3: *Komedie, przygody i animacje*, Wydawnictwo Latarnik, Michałów–Grabina 2005, s. 59.

[2] Jest to tytuł rozdziału z książki Zygmunta Kałużyńskiego, *Do czytania pod prysznicem*, Wydawnictwo Latarnik, Michałów–Grabina 2004, s. 43–68.

Zestawienie tekstu z mediami wydaje się zasadne ze względu na sposób, w jaki kino – jako jedno z mediów – kreuje tekst, w tym przypadku historyczny. Jest to zagadnienie warte uwagi z kilku co najmniej powodów. Film historyczny pełni bowiem różne funkcje wpisane w szeroko pojmowane pojęcie patriotyzmu (produkcje historyczne rodzime lub zagraniczne, dotyczące dziejów danego narodu), a także ponadnarodowe pojęcie bohaterstwa. *Patriotyzm* to bowiem 'miłość do ojczyzny i własnego narodu połączona z gotowością do ponoszenia dla nich ofiar'. W języku polskim funkcjonuje również wyrażenie *patriotyzm lokalny*, czyli 'przywiązanie do miejscowości lub regionu, z którego się pochodzi lub w którym się mieszka'[3]. Sam rzeczownik *patriotyzm*, jak większość nazw abstrakcyjnych w polszczyźnie, występuje tylko w liczbie pojedynczej, nie można zatem mówić o „patriotyzmach", a przynajmniej nie w odniesieniu do pojęcia ojczyzny i narodu.

Film historyczny może pełnić funkcję patriotyczną przez ukazywanie istoty i tożsamości narodu oraz obrazowanie jego bohaterskich, ale często i tragicznych dziejów. Funkcja ta znajduje swoje odzwierciedlenie w sposobie filmowej kreacji wydarzenia. Historyczne filmy fabularne, mimo że oparte na rzeczywistych wydarzeniach, często przedstawiają świat quasi-rzeczywisty i do pewnego stopnia postulowany. Jako widowiska artystyczne wpisują się więc w obszar, rozważanego między innymi przez Renatę Grzegorczykową, zjawiska kreatywności, do którego autorka zalicza stwarzanie światów przedstawionych w różnego typu tekstach, przede wszystkim perswazyjnych. Do filmów można bowiem odnieść słowa Grzegorczykowej, że „o świecie quasi-rzeczywistym mówi się tak, jak w odniesieniu do świata rzeczywistego, przy czym na mocy konwencji przyjętej między nadawcą i odbiorcą wiadomo, że jest to świat wymyślony"[4]. Z drugiej strony, ze względu na tematykę i wspomniane funkcje, widowiska historyczne wykazują wymienione przez autorkę trwałe cechy języka polityki, a mianowicie: „[…] operowanie kategoriami wroga i zagrożenia, podział na swoich i obcych, obraz władzy rzeczywistej lub postulowanej […], wykorzystanie kategorii ważności, słuszności, powszechności, bliskości"[5].

Warto w tym miejscu wspomnieć o dwu powiązanych ze sobą elementach kreowania świata postulowanego, czyli o tym, co Kałużyński nazywa kłamstwem historii i magią liczb. Obydwa te elementy są konstytutywnymi składnikami widowiska filmowego o tematyce historycznej. Wyrażając swoją opinię na temat fałszu historii, autor nadaje jej znamienny tytuł *Podroby i podróbki dziejowe*:

[3] *Wielki słownik języka polskiego*, red. E. Polański, Krakowskie Wydawnictwo Naukowe, Kraków 2012, s. 599.

[4] R. Grzegorczykowa, *Jak rozumieć kreatywny charakter języka?*, [w:] *Kreowanie świata w tekstach*, red. A. M. Lewicki, R. Tokarski, Wydawnictwo UMCS, Lublin 1995, s. 18.

[5] *Ibidem*, s. 19.

Ilekroć czytam jakąś pracę historyczną – a właśnie mi się to zdarzyło – nie mogę pozbyć się wrażenia, że jest sfałszowana. Zapewne każde pisanie o historii jest jakimś tam fałszerstwem, ale nie zawsze się na nie reaguje. Bywa nawet, że książka jest w oczywisty sposób fałszywa, co dostrzega laik, a jednak nie ma pretensji do autora[6].

Zacytowane wyżej stanowisko Kałużyńskiego bezpośrednio dotyczy co prawda pisarstwa historycznego, niemniej jednak odnosi się także do innych form wyrażania historii, jakimi są np. malarstwo, rzeźba czy właśnie film. W dalszej części swoich rozważań krytyk czyni zresztą kinematograficzne dygresje. Dla polskiego czytelnika istotne wydają się uwagi dotyczące polskiej historiografii i historycznej beletrystyki jako podstaw do ekranizacji lub adaptacji filmowych. Zygmunt Kałużyński zwraca uwagę, że wspomniane utwory prezentują jednostronny wzór percepcji, uniemożliwiający rozmaitość myślenia. Współczesnemu odbiorcy dzieł historycznych proponowany jest punkt widzenia i perspektywa postrzegania przeszłości przez aktualną polską mentalność. Taka postawa ma swe korzenie w XIX wieku, kiedy w Europie zaczęły się rozwijać tendencje nacjonalistyczne, które – co ważne – początkowo nie miały negatywnych konotacji. Z kolei Europejczycy, nie tylko Polacy, sprzed XIX stulecia mieli zdaniem autora inne poczucie przynależności, dla której bardziej niż narodowość istotna była wspólnotowość religijna (katolicyzm rzymski lub grecki, ewangelicyzm) lub kulturowa (np. łacińska). By umożliwić czytelnikowi moich rozważań postulowaną właśnie przez Kałużyńskiego „rozmaitość myślenia", przytaczam dłuższy fragment jego wypowiedzi na poruszany temat:

Otóż polskie pisarstwo historyczne, a przede wszystkim beletrystyka, usiłuje w nas wmówić, że wszyscy ci państwo z minionych stuleci byli naszymi prekursorami, czyli patriotami nacjonalistami, jakimi stali się Polacy od czasów mniej więcej właśnie Mickiewicza. Jest to mistyfikacja. Uprawiają ją również papiery państwowe, i tak na banknocie oglądam brodatego pana o nieżyczliwym spojrzeniu, w niedorzecznej szlafmycy w prążki na głowie, z podpisem „Mieszko I", z którym, dalibóg, nic mnie nie łączy, prócz przywiązania, jakie mam dla samego banknotu – mimo że bank chciałby najwyraźniej, by ta niezrozumiała postać była mi bliska. Niestety jest mi obca, ponieważ cała nasza wyobraźnia narodowa powstała w wieku co najwyżej XIX i przesuwanie jej bardziej wstecz jest tylko sztuczną, wymyśloną projekcją, rzutowaniem do tyłu. Z okazji *Wesela* czytałem w recenzji, że postaciom Wyspiańskiego, dręczonym przez zły los narodowy, ukazują się widma odwiecznych archetypów plemiennych z niepamiętnej polskiej przeszłości. Otóż owe zjawy, czyli Stańczyk, Wernyhora, Rycerz itd., pochodzą z obrazów Matejki, który wymyślił je gdzieś około roku 1880; przedtem nikomu do głowy nie przyszło, że błazen królewski może rozpaczać z powodu niepowodzeń narodowych czy że lirnik Wernyhora z przerażeniem widzi proroczo zbliżające się rozbiory. Otóż Wyspiański napisał *Wesele* w roku 1901, gdy owe archetypy jakoby z pomroki dziejów miały zaledwie lat około trzydziestu, zaś obecnie liczą sto i parę, co wciąż nie jest szalenie dużo, jak na zjawy wyszłe z bezdennej otchłani duszy narodowej[7].

[6] Z. Kałużyński, *Do czytania pod prysznicem*, *op. cit.*, s. 43.

[7] *Ibidem*, s. 49.

Można przyjąć lub – o co by się nie obraził – odrzucić argumenty Kałużyńskiego, ponieważ na tym właśnie polegał według niego sens wymiany poglądów i każdą z decyzji rozmówcy realnego (np. w programach telewizyjnych) lub potencjalnego (czytelnik jego tekstów) przyjmował bądź zakładał. Krytyk rozumiał i akceptował zasady funkcjonowania dyskursu prasowego, który zdaniem Marii Wojtak „jest zbiorem 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”[8]. Nie tylko w swojej pracy zawodowej cenił dyskusję jako kreatywny i efektywny (w pewnym stopniu także efektowny w odbiorze) gatunek mowy, czemu często dawał wyraz w swoich wypowiedziach. Wartością jego publikacji jest niewątpliwie stwarzanie czytelnikowi/widzowi szansy dokonywania różnych wyborów.

Dotyczy to również drugiej ze wspomnianych na początku tej partii rozważań cechy produkcji historycznych, czyli magii liczb. Zdaniem krytyka, cechą współczesnych mediów w ogóle jest zwracanie się z informacją do odbiorcy indywidualnego, w przeciwieństwie np. do okresu pozytywizmu, kiedy była to pedagogizacja społeczeństwa czy systemu komunistycznego z dominantą propagandy i agitacji. Powszechną metodą stosowaną przez dzisiejsze media są wnioski statystyczne, co zdaniem Kałużyńskiego prowadzi do paradoksu dezinformacyjnego, ponieważ odbiorca informacji często staje się ofiarą błędu, którego nie jest w stanie sprawdzić ani często nawet go sobie uświadomić. Liczby podawane na różnego rodzaju wykresach bywają nierealne lub wręcz absurdalne, podczas gdy statystyka z założenia powinna wyrażać niepodważalną pewność:

> Bowiem ma ona charakter dogmatyczny, i nawet więcej: stanowi coś w rodzaju współczesnego zaklęcia. Zdaniem etnologów, ludzkość nie może się pozbyć magii i musi ona działać nawet w cywilizacji racjonalnej. W naszej taką rolę odgrywają liczby, które traktuje się z podobnym zaufaniem i skutkiem obezwładniającym, jak bywało z akcjami szamanów. Paradoks polega na tym, że zaufanie to bierze się właśnie z racjonalizmu, to znaczy z przekonania, że istnieją wyliczenia naukowe. Akceptuje się je automatycznie i nie sprawdza się ich, no bo jak? […] Statystyka korzysta z autorytetu[9].

W rozważanej do tej pory relacji *media* a *tekst* może więc mieć swój udział również krytyk/publicysta jako pośrednik w komunikacji *film* → *widz*. Należy przy tym pamiętać, że z punktu widzenia widza jest to obecność fakultatywna,

[8] M. Wojtak, *Gatunki prasowe w dyskursywnym zakorzenieniu*, [w:] eadem, *Rozłożone gazety. Studia z zakresu prasowego dyskursu, języka i stylu*, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2015, s. 35. Zob. na ten temat także: M. Wojtak, *Styl dziennikarstwa prasowego w perspektywie dyskursywnej*, [w:] eadem, *Rozłożone gazety…*, *op. cit.*, s. 95–105.

[9] Z. Kałużyński, *Pamiętnik Orchidei*, Wydawnictwo Latarnik, Michałów–Grabina 2003, s. 155–156.

a nie konieczna[10]. Z kolei podczas recenzowania filmu, w tym przypadku historycznego, na relację *kino* (medium) a *tekst* nakłada się kolejna relacja *publicystyka* (jako medium) a *tekst*. Jeżeli widz zdecyduje się zapoznać z opinią filmu przed jego obejrzeniem, na jego indywidualny odbiór wydarzenia historycznego może zostać nałożony drugi filtr – perspektywa recenzenta. Na podstawie lektury tekstów Kałużyńskiego można wnioskować, że istnieje zależność między szerokością tej perspektywy i potrzebą jej wyrażenia w tekście a możliwościami dziennikarskiego gatunku, jakim jest recenzja filmowa w klasycznej postaci. Stąd typowe dla krytyka przekraczanie ram i funkcjonalne kontaminowanie gatunków jako zindywidualizowany przykład konkretyzowania *gatunków w mediach*.

Coś w rodzaju eseju – cechy recenzji Kałużyńskiego

O indywidualnych cechach wypowiedzi przywoływanego tu dziennikarza, związanych z jego zawodem, pochodzeniem, wykształceniem oraz upodobaniami stylistycznymi, a także o jego predylekcji do określonych gatunków dziennikarskich kilkakrotnie wspominałam w wydanych już artykułach i monografii. By uniknąć powtórzeń, w tym miejscu ośmielam się odesłać czytelnika do tych publikacji[11]. Sam Kałużyński, jako doświadczony mistrz warsztatu publicystycznego i krytycznego, miał świadomość przekraczania granic gatunkowych oraz kontaminowania różnych rodzajów wypowiedzi. Dawał temu wyraz w swoich wypowiedziach, w których czasami zdawał się kokietować czytelnika, zawsze jednak

[10] O funkcji krytyka jako ewentualnego pośrednika w relacji dzieło (nie tylko filmowe) a odbiorca (czytelnik, widz, słuchacz) przypominają znawcy przedmiotu od czasu powstania wspominanej profesji. Zob. m.in. G. Filip, *Mistrzowie gry na argumenty – Kałużyński, Treugutt, Bieńkowski*, Wydawnictwo UR, Rzeszów 2013, s. 33–52.

[11] Szczegółową charakterystykę narracji Zygmunta Kałużyńskiego wraz z prezentacją językowych, stylistycznych i pragmalingwistycznych wykładników ekspresji w jego materiałach krytycznych przedstawiłam w monografii: G. Filip, *Mistrzowie gry na argumenty – Kałużyński, Treugutt, Bieńkowski*, *op. cit*. Dołączona do książki bibliografia zawiera literaturę przedmiotową dotyczącą materiałów krytycznych, a w ich obrębie także recenzji filmowej. Wymieniłam tam m.in. publikacje: M. Krauz: *Recenzja – gatunek naukowy, krytycznoliteracki czy publicystyczny?*, [w:] *Wielojęzyczność w perspektywie stylistyki i poetyki*, red. M. Ruszkowski, Wydawnictwo Akademii Świętokrzyskiej, Kielce 2004, s. 135–151; eadem, *Potoczność w recenzjach czytelniczych*, [w:] *Potoczność a zachowania językowe Polaków*, red. B. Boniecka, S. Grabias, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2007, s. 111–124; eadem, *Wartościowanie w recenzjach publicystycznych*, [w:] *Styl a semantyka*, red. I. Szczepankowska, Wydawnictwo Uniwersytetu w Białymstoku, Białystok 2008, s. 250–264; a także W. Pisarka, *Słownictwo oceniające w recenzjach*, „Zeszyty Prasoznawcze" 1969, nr 1, s. 30–44; E. Sękowskiej, *Językowe środki wyrażania ocen w filmowych recenzjach prasowych*, „Poradnik Językowy" 2002, z. 7, s. 50–61; M. Zaśko-Zielińskiej, *Recenzja i jej norma gatunkowa*, „Poradnik Językowy" 1999, s. 96–107. Z uwagi na datę wydania przywoływanej książki nie zostały w niej uwzględnione publikacje przedmiotowe, które ukazały się po roku 2012.

darząc go szacunkiem i traktując jako partnera w toczonych dyskusjach. Za jeden z wielu przykładów może tu posłużyć rozdział z przywoływanej już wcześniej książki *Pamiętnik Orchidei*, który autor zatytułował następująco: *Coś w rodzaju eseju*[12]. Tekst ten, zarówno pod względem strukturalnym, jak i stylistycznym wykazuje charakterystyczne dla eseju – jako gatunku – wyznaczniki, stanowiąc potwierdzenie dziennikarskiego kunsztu krytyka. Zygmunt Kałużyński kreatywnie traktował nie tylko zasób języka[13], w którym pisał, ale także gatunki, w których ramy ujmował opinie wyrażane na temat filmów. Z tego właśnie względu jego publicystyka stanowi według mnie interesującą podstawę materiałową do analiz lingwistycznych, pragmatycznych i tekstologicznych.

Przyjęte przed laty aprobatywne stanowisko względem analizowanych tekstów konsekwentnie podtrzymuję, znajdując tego potwierdzenie w najnowszych, niecytowanych przeze mnie we wcześniejszych tekstach, rozprawach autorytetów z zakresu stylistyki i prasoznawstwa. Po raz kolejny (by nie napisać *jak zawsze*) należy uznać słuszność stwierdzenia Marii Wojtak, że bez względu na wolność – lub dowolność – gatunkową deklarowaną przez samych żurnalistów, muszą się oni jednak podporządkować pewnym wzorcom gatunkowym i je respektować. Dzieje się tak bez względu na stopień posiadanej przez nich wiedzy tekstologicznej. W praktyce – jak podkreśla Maria Wojtak – dziennikarze muszą bowiem respektować reguły gatunku, ponieważ jest to obligatoryjny składnik uczestników medialnej komunikacji[14]. W odniesieniu do artykułów krytycznych Kałużyńskiego istotna jest również uwaga cytowanej autorki, że „Gatunek jest kategorią skomplikowaną, gdyż ma charakter kulturowy, historyczny, poznawczy, pragmatyczny, formotwórczy, stylistyczny i porządkujący”[15]. Pamiętać przy tym należy o dynamiczności nie tylko prasowych gatunków, o ich polimorficzności i kontaminowaniu

[12] Z. Kałużyński, *Pamiętnik Orchidei*, *op. cit.*, s. 12.

[13] Na podkreślenie w tym względzie zasługują przede wszystkim środki leksykalne, za pomocą których krytyk kreuje role semantyczne odgrywane przez siebie w materiałach krytycznych. Przyjemność lingwistyczną przynosi czytelnikowi również rozwiązywanie słowotwórczych kondensatów treści. Por. na ten temat: G. Filip, *op. cit.*, s. 53–71 i 91–99.

[14] M. Wojtak, *Zmienność w jedności, czyli o gatunkach prasowych i ich metamorfozach*, [w:] *Problemy i nadzieje współczesnego dziennikarstwa*, red. G. Filip, Wydawnictwo UR, Rzeszów 2016, s. 103.

[15] *Ibidem*, s. 104. Uwagi te sformułowała autorka, pisząc o metamorfozach gatunków prasowych. Problematyka ta od lat stanowi przedmiot zainteresowania Marii Wojtak, która temat ten omawia w wielu swoich rozprawach naukowych, za każdym razem rozpatrując inne ważne aspekty poruszanych zagadnień, zob. np.: M. Wojtak, *Metamorfozy gatunków prasowych*, [w:] *Współczesne media. Status, aksjologia, funkcjonowanie*, red. I. Hofman, D. Kępa-Figura, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2009 lub eadem, *O przeobrażeniach gatunków prasowych*, [w:] eadem, *Rozłożone gazety. Studia z zakresu prasowego dyskursu, języka i stylu*, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2015. Dzięki uprzejmości autorki wykaz jej publikacji z zakresu prasoznawstwa, dotyczących również zmian

także na zasadzie naturalnych – jak zaznacza autorka – powiązań czy odniesień realizowanych w bezpośredniej praktyce komunikacyjnej[16]. W przypadku tekstów Kałużyńskiego czytelnik ma do czynienia zarówno ze świadomością gatunkowych reguł, jak i ze świadomą polimorficznością uprawianą przez krytyka w celu rozszerzenia gatunkowego wzorca filmowej recenzji w kierunku *czegoś na kształt eseju*. Jego materiały krytyczne mogą zatem być przyczyną dylematów genologa, który według Marii Wojtak:

> Powinien dostrzegać walory różnych typów ujęć podstawowych zagadnień, znać całe bogactwo propozycji analitycznych i interpretacyjnych oraz poszukiwać własnych ścieżek i dróg poznawczych. Świat wypowiedzi jest bowiem bogaty, a dojrzałych analiz różnych fragmentów logosfery nie da się przeprowadzić, wybierając jedną drogę[17].

Z kolei jeśli można coś jeszcze dodać na temat idiolektu Zygmunta Kałużyńskiego – poza tym, co kilkakrotnie sygnalizowałam w przywoływanych już publikacjach – to z pewnością stwierdzenie Stevena Pinkera, że z punktu widzenia czytelnika jest to przykład *dobrego pisarstwa*[18]. Cytowany autor w swoim *Przewodniku człowieka myślącego po sztuce pisania XXI wieku* przedstawia stanowisko bliskie mi jako czytelniczce, a jednocześnie dające się w pełni odnieść do warsztatu Kałużyńskiego.

Film historyczny – ustalenia gatunkowe

Podstawę egzemplifikacyjną czynionych przeze mnie obserwacji stanowią materiały krytyczne zebrane w tomach *Kanon królewski. Jego 50 ulubionych filmów*[19] oraz *Perły kina. Leksykon filmowy na XXI wiek*[20], opublikowane na łamach „Polityki" w latach 1959–2002 lub nagrane w programach telewizyjnych z udziałem Zygmunta Kałużyńskiego i Tomasza Raczka. Bezpośrednim przedmiotem zainteresowania czynię opinie na temat filmów określanych mianem *historyczne*.

Spośród czterech aspektów złożonego pojęcia gatunku filmowego wymienionych przez Ricka Altmana, do których należą umowa, strategia, struktura

i hybrydowości gatunków prasowych, został zamieszczony w przywoływanej tu książce *Problemy i nadzieje współczesnego dziennikarstwa*, *op. cit.*, s. 200–205.

[16] M. Wojtak, *Zmienność w jedności, czyli o gatunkach prasowych i ich metamorfozach*, *op. cit.*, s. 111.

[17] Eadem, *Dylematy genologa*, [w:] *Porozmawiajmy o gatunkach artystycznych i użytkowych*, red. E. Bulisz, M. Wojtak, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2015, s. 26.

[18] S. Pinker, *Piękny styl. Przewodnik człowieka myślącego po sztuce pisania XXI wieku*, przekł. A. Nowak-Młynkowska, Wydawnictwo Smak Słowa, Sopot 2016, s. 27.

[19] Z. Kałużyński, *Kanon królewski. Jego 50 ulubionych filmów*, Wydawnictwo Latarnik, Michałów–Grabina 2005.

[20] Z. Kałużyński, T. Raczek, *op. cit.*

i etykieta[21], uwagę skupiam przede wszystkim na elementach struktury gatunku, chociaż należy zastrzec, że są one podporządkowane wszystkim pozostałym[22].

W obręb kategorii produkcji historycznych włączam również filmy wojenne, jeżeli ich tematem są wydarzenia rzeczywiste, usytuowane w konkretnej przestrzeni i w konkretnym czasie. Przyjmuję takie założenie, mimo że w literaturze filmoznawczej wymienia się produkcje wojenne jako odrębny gatunek. Jednak kontaminują się w tym przypadku różne podziały gatunkowe.

Według Mirosława Przylipiaka gatunek filmowy jest terminem zbiorczym dla filmów wykazujących podobne schematy fabularne, wspólną ikonografię, określone typy bohaterów oraz sytuacje, w których rozgrywa się akcja. Gatunek polega na reprodukcji formuły przyswojonej w ekranowym obiegu, a cechuje go ustabilizowanie i powtarzalność poszczególnych filmów. Podstawą konwencjonalizacji filmów może być zarówno ikonografia czy konstrukcja fabularna, jak i punkt widzenia kamery czy techniki zastosowane przy montażu. W najogólniejszej klasyfikacji genologicznej wyróżnia się trzy rodzaje filmowe: film animowany, film dokumentalny oraz film fabularny. Bardziej szczegółowe podziały gatunkowe występują w przypadku filmów fabularnych[23].

Wyróżnikiem danego gatunku fabularnego może być:

1) zakładana reakcja widza – np.: horror, komedia, melodramat, film sensacyjny;

2) temat – np.: film wojenny, gangsterski, kryminalny, biograficzny;

3) forma – np.: film poetycki, awangardowy, dreszczowiec, film muzyczny, przygodowy, film *noir*;

4) czas akcji – np.: film historyczny, kostiumowy, fantastycznonaukowy, film *fantasy*, film płaszcza i szpady;

5) technologia – np. film animowany;

6) wyrazista ikonografia – western jako przykład kanoniczny.

---

[21] R. Altman, *Gatunki filmowe*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2012, s. 53.

[22] W znajdującym się obecnie w druku tekście na temat przekonywania widza w recenzjach filmów komediowych, animowanych i przygodowych (Kielce 2015) zamieściłam komentarz aktualny odnośnie do wszystkich gatunków filmowych: „Sam przywoływany tu krytyk filmowy – profesjonalista w swoim zawodzie – niejednokrotnie dawał wyraz przekonaniu, że gatunek filmowy jest swoistą umową z publicznością i że film narzuca widzom perspektywę odbioru. Zależność między gatunkiem filmu a jego odbiorcą jest obustronna. W analizowanym zbiorze zawarte jest bowiem następujące stwierdzenie Kałużyńskiego: «Dobre kino zawsze broni interesu swojego społeczeństwa. Wiemy z przeszłości, że każdy twórczy okres w kinie, w każdym kraju, wiązał się z tym, że filmowcy potrafili obsłużyć potrzeby społeczne swojego środowiska» (KPA: 221)".

[23] M. Przylipiak, *Kino stylu zerowego*, Wydawca: Nakłady Wyczerpane GWP, Gdańsk 1994, s. 166–170.

Filmy niepodlegające jednoznacznej klasyfikacji według wymienionych kryteriów określane są mianem dramatu, dzielonego z kolei na filmy psychologiczne, obyczajowe i społeczne. Poza tym, jak zauważa Altman, od czasów postmodernizmu filmowego zaciera się klasyczny podział gatunkowy – mieszają się schematy fabularne oraz ikonografie, a powstałe w ich wyniku *cross-genre* (lub *hybrid-genre*) są trudne do jednoznacznej klasyfikacji[24]. Wspomniana we wcześniejszym podrozdziale dyskusja na temat zacierania się strukturalnych wyznaczników oraz polimorfizmu gatunkowego wykracza poza zagadnienia publicystyki, obejmując różne formy artystycznego wyrazu.

Na potrzeby prowadzonych tu analiz *film historyczny* rozumiem więc jako gatunek wyróżniany na podstawie dwóch spośród wymienionych wyżej kryteriów – tematycznego i chronologicznego. Za Markiem Hendrykowskim natomiast przyjmuję definicję *filmu/dramatu wojennego* jako gatunku filmowego dotyczącego wojny, którego akcja zwykle skoncentrowana jest na bitwach lądowych, morskich lub powietrznych, czasem także na losach jeńców wojennych, tajnych operacjach wojskowych, treningu adeptów oraz innych tematach mieszczących się w obrębie tego pola semantycznego. Fabuła filmów wojennych może także dotyczyć życia codziennego żołnierzy lub cywili w czasie wojny bez ukazania obrazu bitwy. Autor zastrzega, że wątki przedstawione w kinie wojennym mogą być fikcyjne, oparte na kanwie wydarzeń historycznych lub biograficzne. W literaturze przedmiotowej funkcjonuje również termin *film antywojenny*, używany do opisania projektów filmowych, które wprowadzają widza w świat okropności wojny, często z politycznego lub ideologicznego punktu widzenia. Historia tego gatunku sięga roku 1918. Za pierwszy filmowy obraz o wojennej tematyce uznawany jest niemy film *Shoulder Arms* (tytuł polski *Charlie żołnierzem*) w reżyserii Charliego Chaplina[25].

I popatrzył mu w oczy szczerym spojrzeniem Rosjanina, który kłamie[26] – prezentacja recenzji Zygmunta Kałużyńskiego dotyczących filmów historycznych

Przytaczane wcześniej z książek Kałużyńskiego poglądy autora na temat roli literatury i mediów w edukacji historycznej czytelnik może odnaleźć w tekstach jego filmowych recenzji. Wśród opiniowanych przez krytyka filmów znajdują się

[24] *Ibidem*, s. 164–166; R. Altman, *op. cit.*, s. 31–48, 60–61.

[25] M. Hendrykowski, *Słownik terminów filmowych*, Wydawnictwo Ars Nova, Poznań 1994, s. 325.

[26] Tytułowy cytat pochodzi z recenzji filmu Nikity Michałkowa *Spaleni słońcem*, por. Z. Kałużyński, *Kanon królewski…*, *op. cit*., s. 267.

powszechnie znane polskiemu widzowi widowiska historyczne, np. *Potop* czy *Popioły*. W swoich wypowiedziach podkreśla ich sukces kinowy mierzalny wielką oglądalnością. Ilustracją może być poniższy fragment recenzji opublikowanej w 36. numerze „Polityki" z 1974 roku:

> W ciągu najbliższego roku [1974 – przyp. G. F.] *29 milionów Polaków (odliczyłem małoletnich) uzna „Potop" za „swój"*. Cóż więc ja tu Państwu mogę powiedzieć. […] Tak więc zainteresowanie, jakie *Potop* budzi przez podobnie długi przeciąg czasu, *jest sprawdzianem sukcesu niezawodnym, bo psychologicznym*. […] Tak więc na pierwsze pytanie, czy *Potop* wyszedł, odpowiedzieć należy: *jak najbardziej*. […] A więc *nasi potrafią*! Dlaczego więc w tylu innych filmach tak potwornie nawalają![27].

W przytoczonym fragmencie wypowiedzi zwracają uwagę formy i konstrukcje składniowe osadzone w duchu epoki gierkowskiej (1974), a użyte w funkcji wyrażającej miarę sukcesu. Film został bowiem uznany za *„swój"*, *sukces jest niezawodny*, a całość została podsumowana typowo propagandowym hasłem *A więc nasi potrafią!* Uwagę czytelnika zwraca cudzysłów, za pomocą którego krytyk zaznacza dystans wobec leksemu *swój* użytego tu w znaczeniu 'rodzimy, swojski', tak jak w wyrażeniu *swój chłop* / *swój człowiek*[28]. Do tego samego kręgu znaczeniowego nawiązuje zresztą zaimek *nasi* zastosowany w użyciu rzeczownikowym, a więc jako 'zespół osób wchodzących w skład tej samej grupy co my, związanych z nami lub darzonych przez nas sympatią, zainteresowaniem'[29]. Charakterystyczne jest również zastosowanie znaku interiekcji zamiast pytajnika stawianego na końcu pytań retorycznych. Zamiast retorycznego pytania czytelnik recenzji otrzymuje więc retoryczne wykrzyknienie będące wymownym komentarzem na temat stanu ówczesnej polskiej kinematografii. Zygmunt Kałużyński z niezmienną bezkompromisowością i potrzebą tropienia absurdów wyrażał swoje poglądy bez względu na realia społeczno-polityczne.

Sukces filmu Jerzego Hoffmana stał się w krytyce Kałużyńskiego również punktem odniesienia do opiniowania innych, nawet gatunkowo, produkcji, jak np. *Gwiezdne wojny* George'a Lucasa (1977). Oto przykład, w którym rodzimy tytuł zastosowany został do argumentacji przez podobieństwo, a miarą oglądalności stał się tym razem zaimek niekreślony *wszyscy*, który w połączeniu z rzeczownikiem *Polacy* tworzy wyrażenie oznaczające całość zespołu:

---

[27] Z. Kałużyński, *Kanon królewski…*, *op. cit*., s. 207. Wyróżnienia kursywą we wszystkich cytowanych fragmentach – Grażyna Filip.

[28] Tak właśnie określano na Śląsku (z którego pochodzę) Edwarda Gierka, pokładając w nim wielkie nadzieje odnośnie do poprawy sytuacji w kraju.

[29] *Słownik języka polskiego*, t. 2, red. M. Szymczak, Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warszawa 1988, s. 294.

Jest to *zjawisko podobne co na przykład u nas powodzenie „Potopu", na który też, jak się zdaje, wybrali się wszyscy Polacy*, prócz tych, którzy zostali w domu w kołyskach; ponieważ nie ma rodaka, który by nie miał stosunku uczuciowego do Zagłoby i Kmicica[30].

Analogię dostrzegł krytyk – i zastosował jako argument w recenzji – także w przypadku dwóch innych filmów historycznych, polskich *Popiołów* z 1965 roku oraz *Lamparta* z 1963 roku w reżyserii Luchino Viscontiego. Oto stosowny fragment:

A jednak właśnie ten film Viscontiego wywołał dyskusję we Włoszech. *Podobnie było z „Popiołami"*: film dla pracy Wajdy uboczny, okazał się najbardziej elektryzującym wydarzeniem sezonu. Właśnie ta kobyła historyczna! Tymczasem parę dziesiątków polskich premier „współczesnych" przeszło bez wrażenia[31].

Ponownie należy zwrócić uwagę na graficzny wyznacznik dystansowania się od sygnalizowanej treści. Tym razem w cudzysłów został ujęty przymiotnik *współczesne*. Wyjaśnienie następuje w dalszej części recenzji, w której krytyk jako wartość polskiego filmu podaje:

Nie ma znaczenia, że *Popioły* dzieją się półtora wieku temu, ale to jest ważne, że myśli związane z filmem są dzisiejsze. Czego nie da się powiedzieć o wielu innych naszych filmach, mimo że dzieją się *we współczesnych meblach*[32].

Wspomniane sukcesy oglądalności można wytłumaczyć, cytując opinię Janusza Plisieckiego na temat roli literackiego historyzmu w kinie polskim:

Obok filmów intelektualnych, psychologicznych, kameralnych, powstają po roku 1960 wielkie widowiska historyczne, które propagują wartościowe treści i przynoszą uznanie dla polskiej kinematografii za jej możliwości techniczno-produkcyjne o charakterze spektakularnym. Nurt literackiego historyzmu jest wyrazem swojego rodzaju ucieczki od współczesności i jej dnia codziennego[33].

Dalej Plisiecki charakteryzuje reprezentatywne dla polskiej kinematografii produkcje, począwszy od *Krzyżaków* Aleksandra Forda (1960), przez *Popioły* Andrzeja Wajdy (1965), *Faraona* Jerzego Kawalerowicza (1966), *Lalkę* Wojciecha Hasa (1968) po *Pana Wołodyjowskiego* (1969) i *Potop* (1974) Jerzego Hoffmana. Warto w tym miejscu przypomnieć, że ostatni z wymienionych filmów był największym przedsięwzięciem produkcyjnym w historii polskiej kinematografii[34]:

[30] Z. Kałużyński, *Kanon królewski…*, *op. cit.*, s. 123.
[31] *Ibidem*, s. 143.
[32] *Ibidem*, s. 144.
[33] J. Plisiecki, *Film i sztuki tradycyjne*, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2010, s. 134.
[34] Z. Kałużyński, *Kanon królewski…*, *op. cit.*, s. 134–136.

Rozmachem inscenizacyjnym, widowiskowością nie ustępuje największym nawet światowym superprodukcjom. Wystąpiło w nim blisko 400 aktorów, uczestniczyły tysiące statystów, ekipa przemierzyła niemal 10 000 km. Realizacja tego giganta trwała blisko pięć lat[35].

W analizowanej recenzji *Potopu* Kałużyński daje także wyraz swoim poglądom na temat postrzegania dziejów przez pryzmat późniejszej mentalności Polaków. XVII-wieczna wspólnotowość religijna dwa stulecia później zostaje utożsamiona z poczuciem więzi narodowej i taki przekaz jest podtrzymany w filmie:

Oraz Ojczyzna i Kościół – ręka w rękę. Oczywiście, ma to swoje uzasadnienie u Sienkiewicza: katolicyzm odróżniał Polaków od Niemców-protestantów oraz Rosjan-prawosławnych, więc stał się znakiem ich niezależności. Niemniej było to nadużycie religii do celów nacjonalistycznych, czyli z punktu widzenia wiary grzech bałwochwalstwa […]. Jest uderzające, że pisarze polscy wieku XIX popełniają go nieprzerwanie: szło im o interes narodowy, nie o Boga, tymczasem nadużywają jego imienia, i to jak! Gdy w sławnej scenie watykańskiej u Słowackiego Kordian zgłosił się z relikwiami do papieża i usiłował go zaagitować, co mu się nie udało, po audiencji rozwścieczony „rzucił na cztery wiatry męczenników prochy" (nawiasem mówiąc, zastanawia brak szacunku Kordiana dla poległych, gdy przestali się nadawać)[36].

Literatura klasyczna i nakręcony na jej podstawie film umożliwiają tworzenie historii nieoficjalnej – czy jak ją nazywa Marc Ferro – przeciwhistorii w stosunku do zapisanych archiwaliów. Tym samym film historyczny odgrywa istotną rolę w konfrontacji z oficjalnie udokumentowaną historią i staje się czynnikiem dziejowym, współuczestnicząc w formowaniu świadomości społecznej[37] i narodowej również, czego przykłady – odnoszące się do kilku europejskich nacji – podaje Kałużyński w kolejnych wypowiedziach:

Kmicic jest to po prostu awanturnik, Zagłoba – zwykły pieczeniarz, Stańczyk – błazen dworski, więc wydawałoby się, że nie ma tajemnicy w tych postaciach, lecz *dla Polaków są one nasiąknięte uczuciowo i to dopiero im daje bogactwo*. Jest to po trosze jak z religią ludów mało znanych, która dla nas wydaje się zabobonem, zaś dla nich jest koncepcją[38].

Moralność tyczy wartości akcji, zaś ocena osobista tego, kto ją wykonuje, może być myląca. Na przykład Bismarck czy Wilhelm II byli wzorowymi patriotami, lecz ich funkcjonowanie było zbrodnicze. Marszałek Rommel był przykładem wojskowego, zaś Szwejk był sabotażystą, dezerterem i defetystą, lecz wolę go tysiąckrotnie[39].

Nieodłącznym elementem historycznej fabuły (można by się zastanawiać czy konstytutywnym) jest funkcja propagandowa, a na jej usługach pozostaje kłamstwo i fałsz. Paradoksalnie zatem wartość poznawcza (prawda historyczna) może być formowana za pomocą instrumentalnych względem niej antywartości.

[35] *Ibidem*, s. 136.
[36] *Ibidem*, s. 214.
[37] M. Ferro, *Kino i historia*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2011, s. 11.
[38] Z. Kałużyński, *Kanon królewski…*, *op. cit.*, s. 126.
[39] *Ibidem*, s. 344.

Mają one bezpośrednie leksykalne eksponenty w treści analizowanych recenzji – np. osobowe bądź imiesłowowe formy czasowników *kłamać* lub *sfałszować*:

„I popatrzył mu w oczy szczerym spojrzeniem Rosjanina, który *kłamie*". To zdanie z Dostojewskiego chodziło mi po głowie podczas projekcji filmu *Spaleni słońcem* Nikity Michałkowa. Powiało bowiem literaturą rosyjską[40].

Bowiem film taki [wojenny – przyp. G. F.], gdyby miał ściśle odpowiadać prawdzie, powinien odtwarzać punkt widzenia operatora frontowego. Tylko że takiego nie ma, jak zgodnie stwierdzają autentyczni reporterzy ostatniej wojny. Są oni zdania, że zdjęcia walk są *sfałszowane*"[41].

Zgodnie z upodobaniem Kałużyńskiego do kreatywnej dyskusji, podczas której prezentowane są różne poglądy, tę serię zamykam dwoma przykładami jego recenzji filmów wojennych – amerykańskiego obrazu *Szeregowiec Ryan* z 1998 roku oraz filmu *Ziemia niczyja* w reżyserii Danisa Tanovica z 2001 roku. Wartością obu jest odstępstwo od prezentowanych wcześniej funkcji widowiska historycznego, co można uznać za swoiste łamanie konwencji gatunkowych. W filmie z 1998 roku według krytyka:

Po raz pierwszy oglądamy na ekranie śmierć wojenną, jak ona *naprawdę* wygląda. Zazwyczaj jest przedstawiana jak w westernie: trafiony pada, żal go albo nie (jeżeli był bandytą) i przechodzimy do następnej sceny. Tymczasem *prawda* jest taka, że żołnierz raniony śmiertelnie umiera długo, w cierpieniach i bywa, że w złudzeniu. Takie właśnie są śmierci w *Szeregowcu Ryanie*[42].

Nie sposób w tym cytacie nie zwrócić uwagi na dwa leksemy należące do tej samej rodziny słowotwórczej *prawda* i *naprawdę*, antonimiczne do wcześniej analizowanego kłamstwa i fałszu w filmach fabularnych. Treścią drugiego filmu jest epizod walk frontowych między Serbią a Bośnią w 1993 roku. Zdaniem Kałużyńskiego odkrywczość tego obrazu dotyczy zaangażowania widza:

Kino wojenne skłania do wyjątkowo dobitnej identyfikacji, do utożsamienia się z jedną ze stron: tą, która reprezentuje nasz kraj bądź też, w naszym przekonaniu, ma słuszność; albo też niesie misję pacyfistyczną: potępienie nieludzkości wojny, do czego się przychylamy. Ale *Ziemia niczyja* nie dostarcza podobnej szansy emocjonalnej ani jednej, ani drugiej[43].

Na zakończenie

Według Zygmunta Kałużyńskiego w przypadku filmu, jako dzieła artystycznego wyrazu, historyczne kłamstwo może być więc usprawiedliwione, pod warunkiem że jest twórcze. Do jego poglądów można odnieść powszechnie znane powiedzenie Winstona Churchilla, że *historia jest pisana przez zwycięzców* (*History*

[40] *Ibidem*, s. 267.
[41] *Ibidem*, s. 282.
[42] *Ibidem*, s. 284.
[43] *Ibidem*, s. 328.

is written by the victors). Piszą ją jednak także zwyciężeni, by nadać sens swoim dziejowym doświadczeniom.

Na podstawie lektury krytycznych esejów Kałużyńskiego można wnioskować, że kino od początku istnienia ingeruje w porządek dziejowy. Twórcy filmów dokumentalnych i fabularnych, deklarując funkcję przedstawieniową swoich dzieł, z różnym skutkiem próbują bowiem kogoś lub coś indoktrynować i gloryfikować. Krytyka natomiast nie ogranicza się do samego filmu, lecz wiąże go z otaczającym światem, z którym bezwzględnie się on komunikuje.

Podsumowując, odwołam się raz jeszcze do – bliskich stanowisku Kałużyńskiego – słów Marca Ferro, który w książce o tytule adekwatnym do zaprezentowanych przeze mnie rozważań – *Kino i historia* – przypomina, że historia nie jest pisana w sposób niewinny. Zdaniem autora, zostało to najdobitniej potwierdzone na początku XX wieku wraz z narodzinami kinematografu:

> W przeddzień pierwszej wojny światowej historyk – podobnie jak bliscy mu: adwokat, urzędnik, filozof, lekarz – zdążył już przywdziać mundur i sposobi się do walki. W tamtej epoce ten sam historyk pisze jednocześnie dla dorosłych i dla dzieci. […] Chwalebny obowiązek, bohaterowie otoczeni legendą, wielkie sprawy, jedność ojczyzny, święte prawa dające nam wolność, żołnierz – wszystkie te pojęcia, te zasady można odnaleźć niemal w identycznej postaci w całej Europie[44].

W opiniach na temat filmów Zygmunt Kałużyński stawia odbiorcę na równi ze sobą, ponieważ taka relacja umożliwia czytelnikowi/widzowi rozmaitość myślenia i wartościowania nie tylko filmów historycznych. Krytyk zapewne chciał podzielić się swoim doświadczeniem z czytelnikiem i potencjalnym widzem, pisząc: *Wie pan, że mnie, jako wychowanego jeszcze w starym trybie odbierania kultury, uderza pewna równoległość: moja edukacja polegała na tym, że musieliśmy przetrawić przeszłość i odnieść się do niej*[45].

Bibliografia

Altman R., *Gatunki filmowe*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2012.

Ferro M., *Kino i historia*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2011.

Filip G., *Mistrzowie gry na argumenty – Kałużyński, Treugutt, Bieńkowski*, Wydawnictwo UR, Rzeszów 2013.

Grzegorczykowa R., *Jak rozumieć kreatywny charakter języka?*, [w:] *Kreowanie świata w tekstach*, red. A. M. Lewicki, R. Tokarski, Wydawnictwo UMCS, Lublin 1995.

Hendrykowski M., *Słownik terminów filmowych*, Wydawnictwo Ars Nova, Poznań 1994.

Kałużyński Z., *Do czytania pod prysznicem*, Wydawnictwo Latarnik, Michałów–Grabina 2004.

[44] M. Ferro, *op. cit.*, s. 38.

[45] Z. Kałużyński, T. Raczek, *op. cit.*, s. 179.

Kałużyński Z., *Pamiętnik Orchidei*, Wydawnictwo Latarnik, Michałów–Grabina 2003.
Kałużyński Z., Raczek T., *Perły kina. Leksykon filmowy na XXI wiek*, t. 3: *Komedie, przygody i animacje*, Wydawnictwo Latarnik, Michałów–Grabina 2005.
Krauz M., *Potoczność w recenzjach czytelniczych*, [w:] *Potoczność a zachowania językowe Polaków*, red. B. Boniecka, S. Grabias, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2007.
Krauz M., *Recenzja – gatunek naukowy, krytycznoliteracki czy publicystyczny?*, [w:] *Wielojęzyczność w perspektywie stylistyki i poetyki*, red. M. Ruszkowski, Wydawnictwo Akademii Świętokrzyskiej, Kielce 2004.
Krauz M., *Wartościowanie w recenzjach publicystycznych*, [w:] *Styl a semantyka*, red. I. Szczepankowska, Wydawnictwo Uniwersytetu w Białymstoku, Białystok 2008.
Pinker S., *Piękny styl. Przewodnik człowieka myślącego po sztuce pisania XXI wieku*, przekł. A. Nowak-Młynkowska, Wydawnictwo Smak Słowa, Sopot 2016.
Pisarek W., *Słownictwo oceniające w recenzjach*, „Zeszyty Prasoznawcze" 1969, nr 1.
Plisiecki J., *Film i sztuki tradycyjne*, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2010.
Przylipiak M., *Kino stylu zerowego*, Wydawca: Nakłady Wyczerpane GWP, Gdańsk 1994.
Sękowska E., *Językowe środki wyrażania ocen w filmowych recenzjach prasowych*, „Poradnik Językowy" 2002, z. 7.
Słownik języka polskiego, t. 2, red. M. Szymczak, Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warszawa 1988.
Wielki słownik języka polskiego, red. E. Polański, Krakowskie Wydawnictwo Naukowe, Kraków 2012.
Wojtak M., *Dylematy genologa*, [w:] *Porozmawiajmy o gatunkach artystycznych i użytkowych*, red. E. Bulisz, M. Wojtak, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2015.
Wojtak M., *Gatunki prasowe w dyskursywnym zakorzenieniu*, [w:] M. Wojtak, *Rozłożone gazety. Studia z zakresu prasowego dyskursu, języka i stylu*, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2015.
Wojtak M., *Metamorfozy gatunków prasowych*, [w:] *Współczesne media. Status, aksjologia, funkcjonowanie*, red. I. Hofman, D. Kępa-Figura, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2009.
Wojtak M., *O przeobrażeniach gatunków prasowych*, [w:] M. Wojtak, *Rozłożone gazety. Studia z zakresu prasowego dyskursu, języka i stylu*, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2015.
Wojtak M., *Publikacje z zakresu prasoznawstwa*, [w:] *Problemy i nadzieje współczesnego dziennikarstwa*, red. G. Filip, Wydawnictwo UR, Rzeszów 2016.
Wojtak M., *Styl dziennikarstwa prasowego w perspektywie dyskursywnej*, [w:] M. Wojtak, *Rozłożone gazety. Studia z zakresu prasowego dyskursu, języka i stylu*, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2015.
Wojtak M., *Zmienność w jedności, czyli o gatunkach prasowych i ich metamorfozach*, [w:] *Problemy i nadzieje współczesnego dziennikarstwa*, red. G. Filip, Wydawnictwo UR, Rzeszów 2016.
Zaśko-Zielińska M., *Recenzja i jej norma gatunkowa*, „Poradnik Językowy" 1999.

Paulina Olechowska
Uniwersytet Szczeciński

EUROPA – POLSKA – NIEMCY. WIELOWYMIAROWOŚĆ ESEJU NA PRZYKŁADZIE „DIALOGU. MAGAZYNU POLSKO-NIEMIECKIEGO"

W teoretycznych i historycznych badaniach literaturoznawczych esejologia ma wprawdzie dość długą, ponadpółwiekową tradycję, niemniej jednak uwagę zwraca wyraźna dysproporcja między obfitością rodzimej twórczości eseistycznej a liczbą i zakresem poświęconych jej prac naukowych[1]. Warto przypomnieć, że już przed dziesięcioma laty Roma Sendyka mówiła wprost o słabości esejologii w Polsce, wskazując przy tym główne symptomy impasu, między innymi niekonkluzywność namysłu genologicznego oraz prymat ujęć redukcjonistycznych, sprowadzających się albo do analizy warstwy stylistycznej i strukturalnej tekstów, albo do opisu ich zawartości tematycznej, albo – wreszcie – do kontekstualnej rekonstrukcji treści dyskursu[2]. Spoglądając na rozwój tendencji esejologicznych od lat 60. ubiegłego stulecia, badaczka wyodrębniła trzy główne strategie metodologiczne i interpretacyjne: (1) tradycyjną metodę badawczą, posługującą się narzędziami retoryki i poetyki w celu ustalenia matrycy genologicznej eseju, a więc deskrypcji gatunku w formie historycznie nieuwarunkowanej; (2) strategię analizy tematycznej, zaprojektowaną jako antidotum na niefinalność i nieweryfikowalność wcześniejszych twierdzeń, definicji, uogólnień; (3) strategię antropocentryczną, koncentrującą się na uchwyceniu w eseju odwzorowania indywidualnego przeżywania rzeczywistości oraz podmiotowości[3]. Chociaż tendencje te, zwłaszcza pierwsza i druga, być

[1] Por. K. Szalewska, *„Esejologia" – rekonesans*, „Wielogłos" 2008, nr 2, s. 98. Teorii gatunku poświęcone były m.in. prace: *Polski esej. Studia*, red. M. Wyka, Towarzystwo Autorów i Wydawców Prac Naukowych „Universitas", Kraków 1991, ss. 178; M. P. Markowski, *Czy możliwa jest poetyka eseju?*, [w:] *Poetyka bez granic*, red. W. Bolecki, W. Tomasik, Wydawnictwo IBL, Warszawa 1995, s. 109–119; K. Chmielewska, *Jak możliwa jest poetyka (eseju)?*, „Teksty Drugie" 2001, nr 3/4, s. 134–138; B. Choińska, *Esej jako następstwo pesymizmu teoriopoznawczego*, „Słupskie Studia Filozoficzne" 2007, nr 6, s. 49–65; R. Sendyka, *Nowoczesny esej. Studium historycznej świadomości gatunku*, Towarzystwo Autorów i Wydawców Prac Naukowych „Universitas", Kraków 2006, ss. 374; S. Gębala, *Wokół eseju*, Wydawnictwo Akademii Techniczno-Humanistycznej, Bielsko-Biała 2007, ss. 208.

[2] Zob. R. Sendyka, *op. cit.*, s. 131–132; zob. także K. Szalewska, *op. cit.*, s. 98–99, 103.

[3] Por. R. Sendyka, *op. cit.*, s. 202–203.

może bywają dziś najczęściej uznawane za bezowocne i „nieoperacyjne wobec eseistycznej różnorodności wcieleń”[4], to tak czy inaczej nakreślają one główne linie „dziedziczenia”, które w istocie wyznaczają pozycję współczesnego badacza eseju[5]. Nie wikłając się w dywagacje teoretyczne, warto przy tym zauważyć, że każda z owych tendencji, bez roszczenia sobie prawa do wyłączności, może zaoferować instrumentarium nader przydatne w konstruowaniu wieloaspektowej refleksji esejologicznej. Stąd niniejszy artykuł oprę przede wszystkim na drugiej oraz, częściowo, trzeciej strategii wyróżnionej przez Sendykę, uznając je za funkcjonalny punkt wyjścia moich analiz. Na początku zasygnalizuję wybrane elementy teorii gatunku, z pełną wszak świadomością aporii tkwiących w pytaniu o „poetykę eseju”; mając raczej nadzieję, że wielokrotnie wskazywane w artykule – szeroko pojęte – „rozmaitość i wielość”[6], jako pewne amorficzne *signa* genologiczne, najpełniej uwidocznią się w opisie struktury tematycznej i antropologiczno-aksjologicznej tekstów, zwłaszcza interesujących mnie esejów prasowych.

Wypada zacząć od niezbyt optymistycznej konstatacji. Esej jako najwyższa forma prozy dyskursywnej coraz rzadziej występuje w prasie codziennej; powszechniej spotykany jest w tej „ambitnej”, z „wyższej półki”, zazwyczaj monotematycznej – przeważnie w czasopismach poświęconych literaturze i kulturze. Zapewne powodem jest komplikująca odbiór wielowymiarowość eseju, przejawiająca się w jego specyfice gatunkowej, szkicowości, asocjacyjności, nielinearności, jak również w daleko idącej swobodzie ujęcia tematu[7]. Co więcej, jest on jednym (obok coraz rzadziej występującego w mediach reportażu publicystycznego), a być może jedynym (w ostatnich latach felietonistyka coraz częściej nabiera dominującego charakteru ludycznego) materiałem dziennikarskim odsyłającym do różnych poziomów percepcji, mającym na celu ekspozycję wartości literackich, zawierającym sądy, refleksje i odczucia związane z poruszanym tematem. Nawiasem mówiąc, wymienione uwarunkowania sprawiają, że esej znacznie częściej funkcjonuje w namyśle badawczym jako przedmiot analiz literaturoznawczych aniżeli medioznawczych. Dlatego w czasach, kiedy „wizja świata jest podporządkowana kategoriom rozrywki, zaś celem jest przyciągnięcie uwagi czytelnika”[8] – warto szczególnie bacznie przyjrzeć się formule współczesnej eseistyki prasowej – tym bardziej że rekonesans jej dziejów oraz spojrzenie na obecne *status quo* skłania również do pewnych rozważań na temat współczesnego dziennikarstwa.

[4] *Ibidem*, s. 203; zob. także M. P. Markowski, *op. cit.*, s. 118–119.

[5] Por. K. Szalewska, *op. cit.*, s. 104.

[6] R. Sendyka, *op. cit.*, s. 51.

[7] *Ibidem*, s. 175 i nast.

[8] M. Wojtak, *Style dziennikarstwa prasowego w perspektywie dyskursywnej*, [w:] *Styl, dyskurs, media*, red. B. Bogołębska, M. Worsowicz, Wydawnictwo UŁ, Łódź 2010, s. 82.

Z uwagi na swoistą „elitarność" eseje wydają się szczególnie dogodną formą dla czasopism o niskiej periodyczności. Czasopismem, na łamach którego formuła eseistyczna gości nieprzerwanie od początków istnienia tytułu, jest „Dialog. Magazyn Polsko-Niemiecki" [dalej: „Dialog"], pierwszy i najdłużej ukazujący się w Polsce periodyk dwujęzyczny (w języku polskim od 1993 roku). Dominują w nim zagadnienia polityczne, kulturalne i społeczne, omawiane nie tylko w aspekcie stosunków polsko-niemieckich, ale też wykraczające poza szerszy kontekst przemian współczesnej Europy.

Pierwsze wydanie „Dialogu" ukazało się w 1987 roku. Wydawcą czasopisma jest Federalny Związek Towarzystw Niemiecko-Polskich w Niemczech i Polsko-Niemieckich w Polsce. Na początku redaktorami naczelnymi byli niemiecki dziennikarz Günter Filter oraz Adam Krzemiński, ekspert ds. polsko-niemieckich, publicysta „Polityki". W 1999 roku na czele pisma stanął Basil Kerski, dziennikarz i pisarz, od 2011 roku dyrektor Europejskiego Centrum Solidarności w Gdańsku. Konsekwencją wprowadzonych przezeń zmian redakcyjnych była między innymi reorganizacja jego struktury; po raz pierwszy pojawiły się stałe działy. Przez kilka lat redakcja nie uniknęła kompilacji dwóch możliwych systemów rozdzielenia działów – tematycznego (nazwa działu była uzależniona od podejmowanego w danym numerze tematu głównego/przewodniego) oraz rodzajowo-gatunkowego. Kilkakrotnie na łamach „Dialogu" pojawiły się takie kategoryzacje gatunkowe, jak „esej", „rozmowa", „reportaż". Jakkolwiek analiza strukturalna pisma nie jest przedmiotem niniejszego artykułu, warto o tym wspomnieć, wydaje się bowiem, że nadanie danemu tekstowi kwalifikacji eseju ma charakter merytorycznie wartościujący. Świadczy o tym również inicjalne umiejscowienie go w czasopiśmie (zazwyczaj esej jest tekstem „otwierającym" numer). Szczególny sukces esejów ukazujących się na łamach „Dialogu" wynika nadto z faktu, iż nie są one publikowane w piśmie *stricte* literackim, przeznaczonym dla bardziej wyspecjalizowanej grupy odbiorczej, lecz w kwartalniku społeczno-kulturalnym o relatywnie szerokim zasięgu. „Dialog" wydaje się zresztą jednym z nielicznych w polskim systemie medialnym tytułów, w których publikacja eseju o objętości arkusza wydawniczego nie wprawia wydawcy w zakłopotanie.

Zaprezentowane w artykule wyniki badań zostały oparte na analizie treści esejów publikowanych na łamach „Dialogów" (nr 1–100, lata 1987–2015), dla których tematem przewodnim była Europa.

Wielowymiarowość genologiczna eseju

Wielowymiarowość eseju (zwanego również szkicem) wynika z faktu, iż jako materiał dziennikarski winien być on uznany za formę spokrewnioną z ambitny-

mi, wyrafinowanymi realizacjami rodzajów publicystycznych[9], do których należy zaliczyć choćby artykuł publicystyczny, felieton czy niebanalną recenzję[10]. Z kolei jeśli potraktujemy go jako gatunek *stricte* literacki, można zakwalifikować go do grupy gatunków prozaicznych, nadal jednak sytuujących się na pograniczu publicystyki i literatury[11]. Esej ma zatem charakter hybrydalny i amorficzny, a jego słabo określone kontury gatunkowe sprawiają, że trudno jednoznacznie zamknąć go w pewnych terminologicznych ramach, jak też wskazać jego cechy konstytutywne. Roma Sendyka – podobnie zresztą jak Michał Paweł Markowski – podkreśla nawet całkowity brak wiary w możliwość zdefiniowania eseju, gdyż nie istnieje – i, jak twierdzi, nie może zaistnieć jego finalny, wyraźnie i jednomyślnie przyjęty kanon genologiczny. Stąd autorka skłania się ku określaniu eseju terminami takimi, jak *zdarzenie* czy *zjawisko*[12].

Nie zmienia to faktu, że można, a nawet trzeba pokusić się o pewne systematyzacje teoretyczne, chociaż w przypadku esejów uogólnienia na poziomie poetyki gatunku nie mogą sobie rościć prawa do nieograniczonej prawomocności. Tak oto próba wyodrębnienia nawet nie cech, ale właściwości tekstów eseistycznych skłania do następujących konstatacji:

- w zakresie **tematu**[13] – esej charakteryzuje pewnego rodzaju **uniwersalizm**, ujawniający się przede wszystkim w ponadczasowości wypowiedzi; zaś nader typowa dla eseju **szkicowość** podejmowanego zagadnienia nie wyklucza jednoczesnego *novum* podejmowanego tematu;
- **podmiotowość** (manifestacja i wyraźne podkreślenie *ja*; eseista stoi niejako w centrum eseju; narrator w esejach utożsamiany jest z autorem) i **indywidualizacja eseju** zdecydowanie wykraczają poza zakres typowy dla wszystkich gatunków publicystycznych – wyraźnie uwidacznia się tu bliskość eseju i autobiografii (jak stwierdzają autorzy *Słownika rodzajów i gatunków literackich*: „Na mocy konwencji wymaga się od czytelnika, żeby traktował esej jako akt życiowy autora, a nie jako fikcję literacką”[14]);
- tak typowy dla gatunków publicystycznych **subiektywizm**, autorski/podmiotowy punkt widzenia – nie stoi jednocześnie w sprzeczności z występującą

[9] Por. M. Wojtak, *Współczesnej publicystyki prasowej oblicza różne*, „Poznańskie Studia Polonistyczne. Seria Językoznawcza” 2013, nr 2, s. 206.

[10] Por. *Słownik gatunków literackich*, red. M. Biernacki, M. Pawlus, PPU „Park”, Bielsko-Biała 2002, s. 519.

[11] J. Przyklenk, *W poszukiwaniu gatunkowych wyznaczników eseju*, „Biuletyn Polskiego Towarzystwa Językoznawczego” 2009, t. 65, s. 157.

[12] R. Sendyka, *op. cit.*, s. 7–9, 88.

[13] Omówiony w dalszej części artykułu.

[14] *Słownik rodzajów i gatunków literackich*, red. G. Gazda, S. Tynecka-Makowiecka, Wydawnictwo PWN, Warszawa 2012, s. 237.

w niektórych analizowanych esejach **logiką** wypowiedzi; pozycjonuje to esej bardziej w kategorii dziennikarskiej (bliskiej np. artykułowi publicystycznemu) niż prozatorskiej;

• **swobodny styl** eseju, przy jednoczesnej **erudycji wypowiedzi**, powoduje, że w większości cytowanych w artykule esejów występuje **asocjacyjny tryb dowodzenia**[15] autora, **skojarzeniowość** przejawiająca się przede wszystkim w braku linearności wywodu; przy czym małe narracje (dygresje, anegdoty) przyczyniają się do dopełnienia głębokiego sensu całości eseju[16];

• autorska konotacja, jak i specyfika podejmowanej tematyki, charakteryzująca się wysokim stopniem abstrakcjonizmu (motywy „pamięci historycznej" czy „tożsamości europejskiej"), wymuszają stosowanie **obrazowości**;

• ta z kolei sprzyja częstemu występowaniu **poetyckich obrazów**, **aforyzmów**, **metafor** czy **symboliki**; zabiegi te sprawiają, że **eseista oczekuje**, **wymaga** czy **żąda** od **czytelnika** „nie tylko erudycji i znajomości konwencji […] [ale wymagana jest również – dop. P. O.] sprawność konotacyjna, umiejętność wykraczania poza znaczenie dosłownego słowa i sferę standardowych skojarzeń w obrębie danej kultury"[17];

• wreszcie – esej charakteryzuje **otwarta formuła kompozycyjna**, przejawiająca się w różnej strukturze i długości tekstów.

Wielowymiarowość eseju widać też w różnorodności możliwych kategoryzacji tekstów. Literatura przedmiotu wskazuje bowiem na różne typy esejów: literacki, naukowy, religijny, historyczny, filozoficzny, publicystyczny[18]. Owo zróżnicowanie widoczne jest również na łamach analizowanych „Dialogów"; za typowy esej historyczny należy uznać szkic Wernera Benecke o tysiącletniej historii polsko-niemieckiego sąsiedztwa[19], zaś za publicystyczny – rozważania Jerzego Kłoczowskiego na temat polskiej tradycji federalnej[20]. Jeszcze inna propozycja kategoryzacji pozwala dzielić eseje na: narracyjne (posiadające literacką fabułę), opisowe (subiektywnie przedstawiające zjawiska, problemy), spekulacyjne (refleksyjno-filozoficzne) oraz argumentujące (dające twierdzenia, próbujące

[15] J. Przyklenk, *op. cit.*, s. 157.

[16] B. Choińska, *Polski esej modernistyczny jako wypowiedź estetyczna: warstwy językowe i metajęzykowe*, „Lumen Poloniae. Studia z Filozofii Polskiej" 2011, nr 2, s. 81.

[17] A. S. Kowalczyk, *Kryzys świadomości europejskiej w eseistyce polskiej lat 1945–1977 (Vincenz – Stempowski – Miłosz)*, Wydawnictwo Quantum, Warszawa 1990, s. 31.

[18] *Gatunki dziennikarskie. Teoria, praktyka, język*, red. K. Wolny-Zmorzyński, A. Kaliszewski, W. Furman, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2009, s. 106.

[19] W. Benecke, *1000 lat historii, 1000 lat polsko-niemieckiego sąsiedztwa?*, „Dialog. Magazyn Polsko-Niemiecki" nr 96 (2011), s. 24–27.

[20] J. Kłoczowski, *Od Unii Lubelskiej do Europejskiej*, „Dialog. Magazyn Polsko-Niemiecki" nr 54 (2/2000), s. 66.

poprzeć je dowodami)[21]. Jako esej opisowy można wskazać tekst Leszka Szarugi zawierający wspomnienia z pierwszych lat pobytu w Berlinie[22]; twórczość Petera Lachmanna, którą charakteryzuje refleksyjna narracja (esej o współczesnej Warszawie[23]) oraz teksty historyków Hieronima Grali i Janusza Tazbira, w których występuje logiczna narracja[24]. Odmienną klasyfikację esejów proponuje J. L. Steward, który wyróżnia eseje: (1) odnoszące się do faktów i ich wyjaśniania (jako przykład można podać esej niemieckiego historyka Klausa Zernacka poświęcony historii regionu bałtyckiego[25]); (2) interpretujące i oceniające; (3) związane z twórczością, wyobraźnią, mające cechy literatury pięknej[26]. Wreszcie – Klaus G. Justa, kierując się pryncypiami tematycznymi, wyodrębnił eseje: kulturalno-krytyczne (tu: esej Petera Lachmanna poświęcony historii Warszawy, opisanej przez pryzmat doświadczeń Władysława Szpilmana[27]), biograficzne (przykładem jest portret Janusza Korczaka[28]) oraz literacko-krytyczne[29]. Rozbieżności klasyfikacyjne eseju wynikają z wielości/różnorodności gatunkowej (elastyczność formalna gatunku) i tematycznej esejów (zróżnicowane doświadczenia autorów).

Warto na koniec podkreślić za Małgorzatą Krakowiak, że esej jako formuła pisarska pozbawiony jest hermetyczności naukowej, a także aparatu badawczego[30], jednakowoż część analizowanych esejów można określić mianem *uniwersyteckich*. Charakteryzuje je bowiem stosunkowo duże natężenie stematyzowanych informacji merytorycznych, umiejętnie wbudowanych w narrację artystyczną. Zastosowanie takiej strategii umożliwia autorowi połączenie postawy badawczo-naukowej ze

[21] *Prasowe gatunki dziennikarskie*, red. K. Wolny-Zmorzyński, A. Kaliszewski, J. Snopek, W. Furman, Wydawnictwo Poltext, Warszawa 2014, s. 86.

[22] L. Szaruga, *Brama do innego świata*, „Dialog. Magazyn Polsko-Niemiecki" nr 85–86 (2008–2009), s. 72–75.

[23] P. Lachmann, *Wymiary miasta. Obserwacje nieśpiesznego przechodnia*, „Dialog. Magazyn Polsko-Niemiecki" nr 90 (2009–2010), s. 65–67.

[24] H. Grala, *Zjazd gnieźnieński 1000 roku – wokół polsko-niemieckich kłopotów ze wspólną przeszłością*, „Dialog. Magazyn Polsko-Niemiecki" nr 53 (1/2000), s. 60–61; J. Tazbir, *Tysiąc lat sąsiedztwa*, „Dialog. Magazyn Polsko-Niemiecki" nr 2–3, grudzień 1995, s. 6–7.

[25] K. Zernack, *Europa Północno-Wschodnia. Historyczny region nad Bałtykiem*, „Dialog. Magazyn Polsko-Niemiecki" nr 94 (2010–2011), s. 20–23.

[26] M. Krakowiak, *Mierzenie się z esejem. Studia nad polskimi badaniami eseju literackiego*, Wydawnictwo UŚ, Katowice 2012, s. 240.

[27] P. Lachmann, *Zmartwienia Pana Władysława, czyli „druga śmierć" miasta*, „Dialog. Magazyn Polsko-Niemiecki" nr 61 (2002), s. 65.

[28] P. Śpiewak, *„Daj mi, Boże, ciężkie życie, ale piękne, bogate i górne"*, „Dialog. Magazyn Polsko-Niemiecki" nr 103 (2013), s. 15–19.

[29] M. Krakowiak, *op. cit.*, s. 242.

[30] *Ibidem*, s. 138.

swobodnym prowadzeniem dyskursu[31]. Eseje uniwersyteckie pisane są przystępnym stylem, dzięki czemu służą popularyzowaniu dowolnej dziedziny wiedzy.

Wielotematyczność analizowanej eseistyki

Wielowymiarowość – wielość i rozmaitość – esejów w „Dialogu" można zaobserwować na wielu polach badawczych. Centralnym polem jest tu tematyka. Pierwsze trudności pojawiają się już przy wstępnych próbach kategoryzacyjnych, bowiem wielowątkowość (nawet w jednym eseju) podejmowanych tematów prowadzi do dużego rozdrobnienia podziałów. Jednak wśród głównych motywów, konstytuujących polsko-niemiecki dialog, należy wymienić: **historię** i **przeszłość**; **korzenie** i **powroty**; **wspólne miejsca** i **dziedzictwo kulturowe**; **rozważania na temat granicy**, **Europy** oraz **jej przyszłości**.

Polsko-niemiecka publicystyka – nie tylko ta prezentowana na łamach „Dialogu" – zdominowana jest przez tematykę historyczną. Władysław Bartoszewski powiedział: „[…] pamięć i refleksja historyczna muszą towarzyszyć naszym stosunkom"[32]. Historia, kultura pamięci i zapomnienia są zatem stale obecne w analizowanym materiale; jak podkreśla Anna Wolff-Powęska: „[…] zajmowanie się przeszłością nigdy się dla nich [narodów szczególnie naznaczonych przez los – dop. P. O.] nie kończy"[33]. Należy dodać, iż w przywoływanych esejach historycznych przedstawiane wydarzenia nie zawsze noszą piętno „optyki narodowościowo-rozliczeniowej"[34], gdzie np. w niemieckich wspomnieniach przyjmowano by wyłącznie perspektywę sprawców wydarzeń II wojny światowej, zaś w polskich – jej ofiar. Można powiedzieć, że twórcy esejów traktują siebie jako partnerów dialogu, a przecież każda rozmowa może, choć nie musi, skończyć się uznaniem racji współrozmówcy.

Z polską i niemiecką historią ściśle związany jest kolejny blok tematyczny, autorsko określony jako „korzenie i powroty". Publikowane na łamach „Dialogu" eseje mają charakter niezwykle osobisty, narracyjne *ja* widoczne jest we wspólnych losach przesiedlonych Polaków i Niemców[35]. Następną kategorię tematyczną

[31] M. Kalita, *O wielowymiarowości współczesnego czeskiego eseju literaturoznawczego*, Wydawnictwo UŚ, Katowice 2013, s. 15.

[32] W. Bartoszewski, *Niezapomniane rozmowy*, [w:] *Polacy i Niemcy pół wieku później: księga pamiątkowa dla Mieczysława Pszona*, red. T. Pięciak, Wydawnictwo Znak, Kraków 1996, s. 200.

[33] A. Wolff-Powęska, *Rok 1945 – koniec i początek*, [w:] *Polacy i Niemcy…*, *op. cit.*, s. 207.

[34] Reprezentowani na łamach „Dialogu" autorzy stanowią swoistego rodzaju „elitę pojednania", nie będąc tym samym reprezentantami całej grupy polskich i niemieckich publicystów.

[35] Np. P. Lachmann, *Jak (nie) zostałem wypędzony. Esej szelmowski*, „Dialog. Magazyn Polsko-Niemiecki" nr 68 (2004), s. 55–59.

stanowią miejsca wspólne; tam przeszłość łączy się we wspólnym dziedzictwie kulturowym. Odkrycie, również dowartościowanie, niemieckiej przeszłości (przekaz jest jednoznaczny – niemiecka historia tych ziem jest również naszą historią) takich miejsc, jak: Śląsk[36], Gdańsk[37], Wrocław[38] czy Szczecin[39] jest elementem poszukiwania tożsamości ich mieszkańców, ale również znakiem normalizacji polsko-niemieckich stosunków. Co istotne, bardzo wiele esejów zostało poświęconych kulturze, będącej przestrzenią, w której winny zachodzić wszelkie działania zmierzające do wzajemnego zrozumienia i porozumienia między nacjami. Jako pomost w trudnym polsko-niemieckim dialogu jawi się w szczególny sposób literatura; w esejach najczęściej pojawiają się bowiem liczne odwołania do twórczości takich pisarzy, jak: Günter Grass[40], Milan Kundera[41], Horst Bienek[42], Andrzej Stasiuk[43] czy Czesław Miłosz[44].

W polsko-niemieckim dialogu szczególną rolę odgrywa kategoria granicy, niejako ewokująca problem istnienia szeroko pojętych barier oraz ich ewentualnego przekraczania, warunkującego wszakże spotkanie, porozumienie, dialog. Co ciekawe, w eseistyce uprawianej na łamach „Dialogu" również pojmowanie

[36] Peter Lachmann, pisząc o Śląsku: „[…] potrzebny byłby dantejski impet, by sprostać zadaniu opisu, objęcia tego regionu z jego koszmarnymi konotacjami i groteskowymi kreolizacjami, z jego językową niewydolnością i myślową niebotycznością". Źródło: P. Lachmann, *Piekielny rewir*, „Dialog. Magazyn Polsko-Niemiecki" nr 51–52 (1999), s. 79. Również: E. Miś, *Rodem ze Śląska*, „Dialog. Magazyn Polsko-Niemiecki" nr 1 (1993), s. 34.

[37] Basil Kerski uważa Gdańsk za europejskie miejsce pamięci, gdzie rozpoczęła się II wojna światowa i narodziła „Solidarność". Zob. B. Kerski, *Gdańskie tożsamości*, „Dialog. Magazyn Polsko-Niemiecki" nr 112 (02/2015), s. 80–82.

[38] Gregor Thum, niemiecki historyk, stając niejako w opozycji do innych narracji, przekonuje, że problemy wrocławian z przeszłością ich miasta znikną tylko wtedy, „kiedy prosty fakt, że Wrocław przed 1945 był tak niemiecki, jak dzisiaj jest polski, i zrozumienie, że rok 1945 jest rokiem głębokiego zerwania ciągłości historycznej miasta, znajdą miejsce w świadomości zbiorowej polskich wrocławian". Źródło: G. Thum, *Miasto między historią a przyszłością*, „Dialog. Magazyn Polsko-Niemiecki" nr 65 (2003/2004), s. 91.

[39] L. Szaruga, *Bóg na Wałach Chrobrego*, „Dialog. Magazyn Polsko-Niemiecki" nr 62–63 (2003), s. 74–75; W. Lizak, *Jak hartowała się stal. Historia szczecińskich elit*, „Dialog. Magazyn Polsko-Niemiecki" nr 62–63 (2003), s. 98–103.

[40] P. Huelle, *Kumając rakiem. O Günterze Grassie i jego gdańskiej opowieści „Wróżby kumaka"*, „Dialog. Magazyn Polsko-Niemiecki" nr 69–70 (2005), s. 12.

[41] P. Huelle, *Ekspres do nadbałtyckich kurortów*, „Dialog. Magazyn Polsko-Niemiecki" jesień/zima 1999, s. 48.

[42] H. Waniek, *Podróż w nieznane*, „Dialog. Magazyn Polsko-Niemiecki" nr 99 (2012), s. 46.

[43] A. Kaczorowski, *Europa Środkowa – pożegnanie mitu*, „Dialog. Magazyn Polsko-Niemiecki" nr 83 (2008), s. 55.

[44] A. Mencwel, *Europa jako ojczyzna*, „Dialog. Magazyn Polsko-Niemiecki" nr 97 (2011), s. 76–83; L. Szaruga, *Pogoń za rzeczywistością*, „Dialog. Magazyn Polsko-Niemiecki" nr 57 (2001), s. 114–115.

owej granicy czy granic ma wielowymiarowy, niejednolity charakter, dzięki czemu „wielość" jako wyróżnik eseju nie stanowi li tylko powierzchownego kryterium, lecz zyskuje charakter inwencyjny – manifestuje się nie tylko na płaszczyźnie tematyczno-kompozycyjnej, lecz także w sferze najgłębszych sensów antropologiczno-aksjologicznych, socjokulturowych, ideowych. W esejach wyeksponowana jest zatem wielość granic (m.in.: polityczno-geograficznych, cywilizacyjnych, kulturowych, mentalnych); różnorodność form polsko-niemieckiego spotkania (np.: historycznych, społecznych[45], kulturowych[46]), miejsc spotkania (oprócz wymienionych „miejsc wspólnych" można wymienić wielokrotnie opisywany w esejach Berlin[47]) oraz jego płaszczyzn czasowych (eseje o nachyleniu społeczno-kulturoznawczym) i formalnych (np. eseje politologiczne[48]).

Szczególnie w ostatnich latach tematyka „Dialogu" znacznie wykracza poza polsko-niemieckie stosunki bilateralne. Czasopismo stało się niejako przestrzenią kulturowej wrażliwości na zmieniającą się Europę; publikowane na jego łamach eseje stają się twórczymi impulsami w rozważaniach nad przyszłością Starego Kontynentu.

Ze względu na ową wielowymiarowość tematyczną analizowanej eseistyki skoncentruję się jedynie na wybranych obszarach tematycznych; będą nimi: historia i przeszłość, której pochodną jest wielość czasoprzestrzenna eseistycznej narracji, oraz topos granicy, której przekraczanie obnaża różnorodność autorskich doświadczeń.

Wielowymiarowość czasu. Historia – teraźniejszość – przyszłość w analizowanych esejach

Jak już wspomniałam, eseistyka historyczna stanowi esencję „Dialogu" – autorzy analizowanych tekstów muszą zmierzyć się z tym, co minione. Czas odgrywa tutaj niezmiernie istotną rolę, eseista staje się niejako ośrodkiem (świadkiem

[45] M.in. M. Olszewski, *Połączeni sprzecznością. Młodzi Polacy 2006*, „Dialog. Magazyn Polsko-Niemiecki" nr 74–75 (2006), s. 19–21; R. Knapp, *Przewodnik po Polakach*, „Dialog. Magazyn Polsko-Niemiecki" nr 69–70 (2005), s. 105–109.

[46] M. Olszewski, *Domowina. Górny Śląsk – przestrzeń kulturowa, gdzie padają najważniejsze pytania o świat, istnienie i przemijanie*, „Dialog. Magazyn Polsko-Niemiecki" nr 111 (01/2015), s. 84–87.

[47] P. Huelle, *Trzy pocztówki z Berlina, czyli trzy razy Potsdamer Platz*, „Dialog. Magazyn Polsko-Niemiecki" nr 85–86 (2008–2009), s. 59–60; J. Slaski, *Emigracja ducha*, „Dialog. Magazyn Polsko-Niemiecki" nr 80–81 (2007–2008), s. 61–63.

[48] M.in. W. Jerofijew, *Demokracja po rosyjsku*, „Dialog. Magazyn Polsko-Niemiecki" nr 104 (02/2013), s. 66–69; Z. Krasnodębski, *Odzyskana pewność siebie. Od Republiki Bońskiej do Berlińskiej*, „Dialog. Magazyn Polsko-Niemiecki" nr 87 (2009), s. 23–27.

i medium) zderzenia się czasów, a objaśnianie przezeń historii jawi się jako niezbędne do zrozumienia teraźniejszości oraz kształtowania przyszłości. Jak pisze Zbigniew Kadłubek, tutaj „horyzonty czasów ulegają fuzji, stopieniu się w jedno, w jeden WIELKI–CZAS–TERAZ”[49].

Jednym z głównych paradygmatów historiografii jest pamięć. Eseiści, powołując się na Jana Assmanna, wyodrębniają jej dwa rodzaje: kulturową, czyli tę pochodzącą ze źródeł instytucjonalnych (tutaj państwo określa stałe punkty, które stanowią obszar wspominania[50]) oraz komunikatywną (będącą transmisją wydarzeń niejako z „pierwszej ręki”)[51]. Siedemdziesiąt lat po wojnie, kiedy odchodzą kolejni świadkowie tragicznych wydarzeń, pamięć kulturowa wypiera tę komunikatywną. Jednak w analizowanych esejach historycznych język i struktura oparte są na indywidualnym doświadczeniu i świadomości autora, widoczna jest zatem „indywidualizacja obszaru historii”[52]. Jurij Andruchowycz, ukraiński poeta, pisał:

> Najbardziej zaangażowane w przyszłość projekty skazane są na czerpanie z przeszłości. A że nie jestem historykiem, to zazwyczaj umieszczam tę „przeszłość” w całkiem osobistym wymiarze – takim na przykład, jak własne dzieciństwo[53].

O konieczności przyglądania się historii z perspektywy indywidualnych doświadczeń wielokrotnie pisał też Martin Pollack. Silnie naznaczona rodzinną historią twórczość austriackiego pisarza, syna Gerharda Basta, sturmbannführera SS i głównego komendanta Gestapo w Linz, pozwala mu konsekwentnie wyrażać przekonanie, że *nie wolno zamykać oczu i zatykać uszu, nie chcieć słuchać, kiedy zostaniemy skonfrontowani ze wspomnieniami z tamtych lat. A już na pewno nie wtedy, gdy chodzi o wspomnienia tych, którzy byli sprawcami, a są naszymi bliskimi*[54]. W jednym ze swoich esejów Pollack podkreśla też znaczenie doświadczenia historycznego jako czynnika kształtującego poznanie sąsiada[55], jak i kreowania przez historię stosunku autora do wschodniej części Europy:

---

[49] Z. Kadłubek, *Esej o eseju*, „Prace Naukowe Akademii im. Jana Długosza w Częstochowie. Filologia Polska. Historia i Teoria Literatury” 2014, nr 14, s. 112.

[50] Por. K. Ziemer, *Kultura pamięci i wspomnień w Niemczech po drugiej wojnie światowej*, „Athenaeum” 2011, vol. 28, s. 192.

[51] A. Paczkowski, *Nowy europejski pejzaż pamięci*, „Dialog. Magazyn Polsko-Niemiecki” nr 106 (04/2013–2014), s. 73.

[52] M. Zybura (głos w dyskusji), [w:] *Współczesny polski dyskurs publiczny w perspektywie międzykulturowej. Dyskusja panelowa*, red. W. Chłopicki, S. Gajda, Krakowskie Towarzystwo Popularyzowania Wiedzy o Komunikacji Językowej „Tertium”, Kraków 2008, s. 43.

[53] J. Andruchowycz, *Fantazje na temat otwartości*, „Dialog. Magazyn Polsko-Niemiecki” nr 64 (2003), s. 30.

[54] M. Pollack, *O sile wspomnień*, „Dialog. Magazyn Polsko-Niemiecki” nr 112 (2/2015), s. 75.

[55] Por. A. Wolff-Powęska, *Polska–Niemcy. Partnerstwo z dystansu*, „Nauka” 2004, nr 4, s. 62.

Słyszę jeszcze słowa mojej babki, do ostatniego tchu zdeklarowanej nazistki, która za każdym razem, gdy tylko rozmowa schodziła na kłopoty materialne i zniewolenie czeskich sąsiadów, mówiła: Dobrze im tak, po co w Pradze wieszali za nogi „nasze biedne SS"?[56].

W analizowanych tekstach obecna jest problematyka kształtu oraz form indywidualnej i zbiorowej pamięci. Centralne miejsce zajmuje tu, rzecz jasna, II wojna światowa. Oto np. Andrzej Paczkowski w swoim eseju stawia pytanie:

Czy Europejczycy mogą ją ująć wspólną pamięcią? Czy podział tych pamięci biegnie wzdłuż linii Wschód – Zachód? […] jedni będą mówili o agresji anglo-amerykańskiej, dla innych punktem odniesienia są imperializm i brutalność Sowietów[57].

Tym samym dyskurs historyczny spluralizował się, jednak od przeszłości nie ma ucieczki. Zwraca na to uwagę Michał Olszewski w eseju-liście skierowanym do niemieckiego pisarza Siegfrieda Lenza. Polski pisarz młodego pokolenia, dziękując Lenzowi za uniwersalność i aktualność jego powieści, za wskazanie „potęgi pamięci", podkreśla jednocześnie, że polska i niemiecka narracja historyczna wciąż nie znajdują punktów stycznych:

[…] ostatnie lata w Niemczech wyglądają tak, jakby na pierwszy plan w muzeach ziemi ojczystej wysuwane były eksponaty pokazujące cierpienie Niemców. W polskich muzeach zaś przybywa eksponatów dotychczas schowanych w magazynach: dyskusja o stosunkach polsko-żydowskich, akcja „Wisła" czy stosunek powojennych Polaków do rdzennej ludności mazurskiej pokazują, że naród ofiar również ma na sumieniu grzechy. Znowu się mijamy, znowu mówimy innymi językami[58].

Polscy i niemieccy eseiści nie tracą nadziei w poszukiwaniu tych „wspólnych pamięci" (nawiązanie do eseju Paczkowskiego), jak i punktów stycznych historycznej narracji (esej Olszewskiego). Stefan Troebst, niemiecki historyk, za europejskie miejsce/wydarzenie pamięci uznaje wypadki 1989–1990 roku i ogromny sukces ruchu „Solidarność", który ostatecznie przeciął „ten gordyjski węzeł wiążący współczesność z przeszłością, wyznaczoną przez doktrynę żelaznej kurtyny"[59]. „Etyka «Solidarności»" pojawia się w wielu publikacjach (pisał o niej również ks. Adam Boniecki[60]) i ponownie – ze względu na osobiste nacechowanie eseistyki – dochodzi w niej do zderzenia pamięci komunikatywnej i kulturowej. Donald

[56] M. Pollack, *Po innej stronie Europy*, „Dialog. Magazyn Polsko-Niemiecki" nr 91 (2010), s. 22.

[57] A. Paczkowski, *op. cit.*, s. 76.

[58] M. Olszewski, *Niespłacone rachunki. List do Siegfrieda Lenza*, „Dialog. Magazyn Polsko-Niemiecki" nr 96 (2011), s. 54.

[59] S. Troebst, *Jałta jako polskie miejsce pamięci*, „Dialog. Magazyn Polsko-Niemiecki" nr 62–63 (2003), s. 61–62.

[60] A. Boniecki, *Etyka solidarności XXI wieku*, „Dialog. Magazyn Polsko-Niemiecki" nr 101 (2012), s. 12.

Tusk, podkreślając rolę i znaczenie „Solidarności" w procesie powrotu Polski do Europy, pisał:

> Epopeja „Solidarności" jest nie tylko fragmentem mojej biografii. Wydarzenia, o których będę mówił, składają się bowiem na zbiorową biografię pokolenia, które współtworzyło ten wieki ruch społeczny[61].

W żartobliwym tonie komentował wydarzenia sprzed ćwierćwiecza Jan Olszewski, stając się głosem swojego pokolenia:

> Od rówieśników niepodległości jestem starszy o ponad dziesięć lat. Wystarczająco, by pamiętać, że pod koniec lat 80. trwał spór o coś znacznie poważniejszego niż powszechna dostępność do żelków Haribo. Stanowczo za mało, by z dużą dozą pewności siebie opowiedzieć o atmosferze tamtych lat […]. Pewnie dlatego czasem dolega mi poczucie nieistotności prywatnej biografii: ech, nie zdążyłem, wystarczyło urodzić się kilka lat wcześniej […]. Mógłbym doświadczyć przeżycia pokoleniowego. A zamiast tego uczyłem się ułamków[62].

Autorowi eseju (również mnie, przedstawicielce pokolenia niejako „zawieszonego w czasoprzestrzeni") pozostają poszukiwania treści, które wypełniłyby w jakiś sposób pamięć zbiorową[63]. Takie wypełnienie jest konieczne, bowiem płytka świadomość historyczna – jak ją określił w swoim eseju brytyjski historyk Timothy Garton Ash – skutkuje kryzysem Europy i rozpadem Unii Europejskiej:

> Formacyjnym doświadczeniem było dla nich [młodego pokolenia – dop. P. O.] życie w Europie pokoju, wolności i zamożności. Nawet młodsi Europejczycy ze Wschodu – z takich krajów jak Estonia, których jeszcze 22 lata temu nie było na większości map – uważają te ciężko wywalczone zdobycze za coś oczywistego. W tym sensie największym problemem europejskiego projektu jest jego sukces[64].

Z tej perspektywy wolno twierdzić, że o sukcesie esejów z „Dialogu" decyduje ich swoista mediacyjność, graniczność, otwartość, dynamika, gotowość do penetracji wszystkich obszarów heterogenicznej rzeczywistości. Co ciekawe, Sendyka, próbując dookreślić esej genologicznie i wpisać w przestrzeń pomiędzy formami klasycznymi a nowoczesnymi, usytuowała go w obszarze „pomiędzy"[65]. To „pomiędzy" dobrze charakteryzuje też eseistykę polsko-niemieckiego periodyku. Wielowymiarowość czasowa analizowanych tekstów, dynamika stosowanych

[61] D. Tusk, *Duch Europy*, „Dialog. Magazyn Polsko-Niemiecki" nr 92 (2010), s. 32.

[62] M. Olszewski, *Moje dwadzieścia lat wolności*, „Dialog. Magazyn Polsko-Niemiecki" nr 88 (2009), s. 16.

[63] Istotną rolę w tych poszukiwaniach odgrywa kultura: literatura, film, teatr – ale i środki masowego przekazu, które obecnie w Polsce – chyba jak nigdy dotąd – są naznaczone liniami podziału historycznych interpretacji.

[64] T. G. Ash, *Kryzys Europy. Czyli jak powstała Unia Europejska i dlaczego się rozpada*, „Dialog. Magazyn Polsko-Niemiecki" nr 102–103 (2012–2013), s. 19–26.

[65] R. Sendyka, *op. cit.*, s. 34.

w nich kategorii przestrzennych (w tym kategorii granicy), szerokie spektrum ideowe, „zawieszenie" między historią, współczesnością a przyszłością, między tym, co minione, doświadczone, a tym, co zracjonalizowane – nie budzą najmniejszych wątpliwości.

Wielowymiarowość Europy i indywidualne doświadczenia przekraczania jej zróżnicowanych granic

Eseiści stawiają tezę o wielowymiarowości Europy[66], będącej synonimem różnorodności, wielowarstwowości (pojawia się pojęcie *palimpsestu*[67]). Aby ją ogarnąć, należy zrozumieć splecione ze sobą losy jej narodów. W tym celu należy przekroczyć wiele granic (relatywistyczna fraza o dzieleniu i łączeniu się z ludźmi poprzez granice[68]), niektóre się ze sobą pokrywają, inne się przecinają – wszystkie mają wielopłaszczyznowy charakter. Krzysztof Pomian wyodrębnia granice, które są istotne dla historyków i polityków – dzielące Europę na Wschodnią, Środkową i Zachodnią, stanowiące odrębne obszary religijne, historyczne oraz wpływów kulturowych[69]. Podział ten podważa Aleksander Kaczorowski, przekonując, że pojęcie Europy Środkowej sugeruje istnienie fikcyjnej wspólnoty historyczno-kulturowej, która rozmija się z rzeczywistością. Sam termin zaś staje się narzędziem wykluczenia, określającym te obszary, które zostały zapomniane przez Zachód[70]. Europy nie należy więc rozpatrywać pod kątem postrzegań kartograficznych, ale jako pewną cywilizacyjną wspólnotę, stanowiącą nie tylko zestaw symboli czy wspólnych punktów odniesienia, ale również wspólnotę pewnego ludzkiego doświadczenia. Założenie to występuje w eseju Krzysztofa Czyżewskiego, współtwórcy Ośrodka „Pogranicze – sztuk, kultur, narodów" w Sejnach. Dla niego Europa Środkowa to:

> […] bardziej etos niż geopolityka, to postawa, która wykorzenieniu przeciwstawia przynależność, ideologicznej mistyfikacji śmiałe odniesienie do rzeczywistości, kompleksowi pro-

[66] O heterogeniczności Europy pisali m.in.: Z. Bauman, *Nowa faza europejskiej przygody*, „Dialog. Magazyn Polsko-Niemiecki" nr 83 (2008), s. 35; P. Huelle, *Ekspres do nadbałtyckich…*, *op. cit.*, s. 48.

[67] H. Waniek, *Europejski palimpsest*, „Dialog. Magazyn Polsko-Niemiecki" nr 77–78 (2007), s. 29–31; B. Kerski, *Berlin, polska metropolia kultury*, „Dialog. Magazyn Polsko-Niemiecki" nr 85–86 (2008–2009), s. 40–49.

[68] I. Iwasiów, *Kultura pogranicza*, [w:] *Pogranicze polsko-niemieckie. Przeszłość – teraźniejszość – przyszłość*, red. E. Włodarczyk, Wydawnictwo Naukowe USz, Szczecin 2001, s. 166.

[69] K. Pomian, *Różnorodność europejska*, „Dialog. Magazyn Polsko-Niemiecki" nr 97 (2011), s. 55–61.

[70] A. Kaczorowski, *op. cit.*, s. 55.

wincjonalizmu siłę prowincji, ostro zarysowanym granicom przestrzeń przenikania i współistnienia[71].

Obok rozważań terminologicznych (co jest Europą Zachodnią, Środkową, Wschodnią[72]) – w esejach dominuje plastyczne obrazowanie symbolicznych wielości granic wewnętrznych Starego Kontynentu. I ponownie nie mają one charakteru państwowego, występują na przykład mentalne linie graniczne; gdański pisarz Paweł Huelle, definiujący się jako zdeklarowany przeciwnik dzielenia Europy (stanowiącej jedność cywilizacyjną, opartą na greckiej filozofii i sztuce, prawie rzymskim oraz chrześcijańskich korzeniach[73]), wyodrębnia w niej *strefę wina w opozycji do strefy wódki i piwa, strefę oliwki w opozycji do strefy ziemniaka*[74]. Granice dzielą nie tylko narody, ale i miasta. Przykładem jest przedwojenne miasto Linz, przedzielone szlabanami granicznymi na strefę rosyjską i amerykańską. Granica ma charakter niebezpieczny, budzi nieufność i strach, symbolizuje podzieloną Europę, dookreśla tożsamość jej mieszkańców:

> Oni mieszkają po drugiej stronie, za żelazną kurtyną, mówiliśmy o wujku Egonie, cioci Mariannie i innych osobach mieszkających na przeciwległym brzegu Dunaju, w administrowanej przez Rosjan części Linzu, na Wschodzie, w tych słowach pobrzmiewało współczucie i ubolewanie […]. Nasza Europa była piękniejsza, nasza Europa była bardziej kolorowa[75].

Na gruncie eseistycznej narracji „Dialogu" granica wywołuje negatywne konotacje. Autorów szczególnie interesują doświadczenia jej przekraczania, wykorzystują do tego symbolikę pociągu, pozwalającego przekraczać granicę niejako z dystansu. W eseju Henryka Wańka podróż pociągiem po Śląsku jest kwintesen-

[71] K. Czyżewski, *Etos Europy Środkowej*, „Dialog. Magazyn Polsko-Niemiecki" nr 91 (2010), s. 28.

[72] Olga Tokarczuk uznaje Berlin za miasto graniczne, dzielące Europę Środkową na dwie części, Basil Kerski zaś za polsko-niemieckie miasto graniczne. Zob. O. Tokarczuk, *Trzy powody, dla których lubię Berlin*, „Dialog. Magazyn Polsko-Niemiecki" nr 85–86 (2008–2009), s. 24–27; B. Kerski, *Berlin, polska metropolia kultury*, „Dialog. Magazyn Polsko-Niemiecki" nr 85–86 (2008–2009), s. 49.

[73] Obok Pawła Huellego do idei starożytnych i chrześcijańskich odwoływali się również: K. Pomian, *op. cit.*, s. 60; D. Tusk, *op. cit.*, s. 32; S. Chwin, *Ratusz i Katedra*, „Dialog. Magazyn Polsko-Niemiecki" nr 91 (2010), s. 65–69. Ostatni z przywoływanych, Stefan Chwin, gdański pisarz, jednocześnie opisując Europę jako tę posiadającą w swoich miastach miejsca symbole: Ratusz i Katedrę – podkreśla malejącą rolę instytucji kościelnych (chrześcijańskich) w tworzeniu tożsamości Starego Kontynentu: „Dzisiaj katedry w Europie są coraz częściej puste. Podobno więcej jest na Ziemi ludzi, który wiedzą, kto to jest Batman, niż ludzi, którzy wiedzą, kto to był Chrystus […]. Na jednym z europejskich uniwersytetów grupa studentów – jak mi niedawno opowiadano – podniosła bunt, gdy profesor polecił im przeczytać księgę Genesis. – A niby dlaczego Biblia? – usłyszał w odpowiedzi. W czym jest od nas gorszy Koran?". *Ibidem*, s. 68.

[74] P. Huelle, *Ekspres do nadbałtyckich…*, *op. cit.*, s. 48.

[75] M. Pollack, *Po innej stronie…*, *op. cit.*, s. 20.

cją zderzenia faktów z przeszłości z teraźniejszością, będąc jednocześnie metaforą standaryzacji czasu i przestrzeni:

> Należy w pogodny dzień udać się na dworzec kolejowy w Katowicach i wykupić bilet do Kłodzka. I tym łatwym sposobem nabyć prawo do pięciogodzinnego seansu żywej i naocznej prawdy. Podróż w poprzek historii Śląska i wzdłuż jego teraźniejszości. Prawdziwej na tyle, na ile szybkość praktykowana w PKP – nie tak znów zawrotna – oraz czystość okien wagonowych – nie aż taka, jaka się przyjęła w Europie – pozwoli zobaczyć wyraźnie kontur rzeczywistości[76].

Z kolei dla Jurija Andruchowycza kolej jest swoistego rodzaju spoiwem zintegrowanej Europy. Tak było w przypadku opisywanego przez autora „warszawskiego pociągu", łączącego Europę od morza do morza, od bułgarskiej Warny do polskiego Gdańska. Dla Andruchowycza zmiana po 1989 roku rozkładu jazdy pociągu staje się alegorią rozpadu Europy oraz symbolizuje polsko-ukraińskie stosunki:

> […] bo dziś ten pociąg kursuje jedynie z Czerniowiec i tylko do Przemyśla […]. Pociąg 76 w całej jego krasie jest dla mnie osobiście bardzo naocznym wcieleniem przeciętnego ukraińskiego stosunku wobec Polski. Nie kryje się za tym jakaś metafizyka czy też w szerszym rozumieniu – filozofia. Chodzi o towar, pieniądze i znowu towar, o przepastne kraciaste torby, o przewożenie papierosów i alkoholu […] historycznie skomplikowane stosunki ukraińsko-polskie, z akcją „Wisła" i wołyńską tragedią łącznie – tu rzecz na tyle im [pasażerom pociągu – dop. P. O.] obca, że nawet głupio byłoby zadawać pytania na ten temat[77].

Wykorzystując alegorię pociągu, Andruchowycz idzie dalej, tworząc mikrospołeczności, do których należą odpowiedzialni za tworzenie nie tylko polsko-ukraińskich, ale i każdych innych bilateralnych stosunków. Owe „kategorie obywateli" dzielą przedziały:

> […] będą wagony klasy pierwszej (teksty literackie) i drugiej (krytyka, polityka, reportaż, wywiad). Będzie też wagon sypialny – specjalnie dla klasyków, czy, ściślej, dla tych autorów, którzy już nie żyją. Wagon pocztowy dla korespondencji i nowinek. Wagon restauracyjny musi aż kipieć życiem, bo tam mają miejsca wszelkie prowokacje i mistyfikacje. Będzie też wagon specjalny dla multimediów […]. Ale najważniejszy dla istnienia pociągu będzie tambur […]. Tamburem zwie się specjalne pomieszczenie na końcu wagonu, gdzie wolno palić. Tak więc znaczna część podróży koleją upływa w naszym kraju w tamburach. Wychodzi się tam, by porozmawiać o najważniejszym, poznać się bliżej, poflirtować, wypić butelkę z kolejną dozą alkoholu […]. Tambur w naszym pociągu będzie forum dyskusyjnym […]. O ulubionych i znienawidzonych tekstach, o stereotypach, apatii, o barierach w kontaktach, o pretensjach terytorialnych, szukaniu winnego[78].

Przynależność do poszczególnych mikrospołeczności (określanych przez kolejowe przedziały) pozwala wskazać rolę, jaką w kształtowaniu międzynarodowych

[76] H. Waniek, *Podróż w nieznane*, „Dialog. Magazyn Polsko-Niemiecki" nr 99 (2012), s. 46.
[77] J. Andruchowycz, *op. cit.*, s. 30–32.
[78] *Ibidem*, s. 32.

stosunków zajmuje kultura (głównie literatura, z wydzieleniem tej klasycznej), środki masowego przekazu, jak i różnego rodzaju formy kontaktów obywateli dwóch krajów.

Okna pociągu stają się oknem na świat, pozwalają na wzajemne przyglądanie się sobie, ale i doświadczanie obcości, które staje się początkiem budowania własnej tożsamości. Tak jest w przypadku podróży Artura Beckera, niemieckiego pisarza polskiego pochodzenia, podróżującego pociągiem do mieszkających w Hanowerze rodziców:

> Ten pociąg do Niemiec powiedział mi jeszcze w Poznaniu, kim byłem: dzieckiem Europy, i jednocześnie czułem, co musiał myśleć Zbigniew Herbert, kiedy ze stoma dolarami w portmonetce wyruszał na swoje pierwsze stypendium podróżnicze na Zachód: barbarzyńcą byłem w tym dla mnie obcym ogrodzie, gdzie zachodni Niemcy i Francuzi rozmawiali wspólnym językiem. Ich ubrania, ich perfumy i ich pieniądze mówiły mi, gdzie przebiegała granica między nimi a mną […][79].

Ostatecznie każda podróż koleją ma zobrazować doświadczenie przekraczalności granic dzielących różne „wielości światów" Europy. Artur Becker pisał: *nigdy nie zapomnę tego, jak despotycznie zachowywali się enerdowscy pogranicznicy: czułem się jak przestępca, gdy przekazałem im swój paszport*[80]. Cytowany już Pollack tak wspomina swoją podróż z Wiednia do Pragi:

> […] czeski strażnik z kwaśną miną zmusił mnie, abym przy użyciu brzytwy i lodowatej wody (była zima i woda znajdowała się jedynie w brudnej toalecie) zgolił brodę, ponieważ na zdjęciu w paszporcie jej nie miałem. Na koniec ów urzędnik, przyglądając się mojej poranionej, ale już ogolonej twarzy, powiedział, że bynajmniej nie wątpi w moją tożsamość, wszystko jednak musi mieć swój porządek, zwłaszcza na granicy[81].

W tym miejscu warto pokusić się o nieco poboczną refleksję, wszelako – w moim odczuciu – bardzo istotną. Otóż lektura esejów publikowanych na łamach „Dialogu" sprawia, że trudno oprzeć się wrażeniu, iż Europa znajduje się *in statu nascendi*. Jakby jej tożsamość i przyszłość definiowały się na nowo, zaś jej mieszkańcy byli świadkami tworzenia nowego, europejskiego projektu, którego nie sposób jeszcze opisać z uwagi na dynamikę, płynność, zmienność, wielorakość i różnorodność. Szczególnie w chwili obecnej fala emigrantów z Afryki i Azji jest dla Europy politycznym i społecznym wyzwaniem, na które jej mieszkańcy reagują zgoła odmiennie. Tworzy się narracja symboliczna; istotny element odgrywa w niej historia, przeszłość, różne pamięci dzielące Europę – ostatnio choćby na tych, którzy są przeciwni nowym imigrantom, i na tych, którzy opowiadają się za ponadnarodową odpowiedzialnością.

[79] A. Becker, *Pociągiem przez Niemcy*, „Dialog. Magazyn Polsko-Niemiecki" nr 98 (2011–2012), s. 20.

[80] *Ibidem.*

[81] M. Pollack, *Stare i nowe granice*, „Dialog. Magazyn Polsko-Niemiecki" nr 97 (2011), s. 26.

Podsumowanie

Zaprezentowanym w artykule rozważaniom nie udało się uciec od „poczucia złej passy teoretycznych ustaleń”[82]; tego nieobjaśnionego, nieoznaczonego zjawiska tekstowego, jakim jest esej. Jednak, opierając się na ustaleniach Marii Wojtak, można stwierdzić, że badane w tekście eseje wpisują się w nurt główny (podstawowy) współczesnej publicystyki[83]. Charakteryzuje je bowiem:

> […] 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 wysłowienia, dbałość o estetykę wypowiedzi, jej obrazowość i sugestywność[84].

Tak silnie obecne w esejach elementy autobiografii – głęboko osadzone w refleksji historycznej (pamięć komunikatywna) – oraz otwarta formuła eseju skutkują występowaniem manifestacji artystycznego indywidualizmu (eseje Pawła Huellego), ale i wypowiedzi bardziej zobiektywizowanych (Janusza Tazbira)[85].

Publikowane na łamach „Dialogu” eseje w sposób oczywisty korespondują z profilem pisma, które samo definiuje się jako „polsko-niemiecka agora w środku Europy”. Połączenie stosunków bi- i multilateralnych powoduje, że poruszane w magazynie aspekty rozwojów politycznych, kulturalnych oraz społecznych stosunków polsko-niemieckich nie ograniczają się do perspektywy bilateralnych, gdyż tematyka dwustronna wkomponowana jest niejako w szerszy kontekst przemian w Europie. I jak można zauważyć, w ostatnich latach magazyn coraz częściej zamieszczał na swoich łamach również eseje związane ze wschodnimi sąsiadami Unii Europejskiej (Ukrainą, Rosją).

Eseistyka „Dialogu” jest zdominowana przez tematykę historyczną (eseistyczna forma pisania o historii zobowiązuje niejako autorów do przestrzegania reguł naukowych); pojęcia, takie jak *tożsamość*, *pamięć*, *naród*, *społeczeństwo*, jego *kultura* – są tu nader silnie zaznaczone. Częste związki minionego z obecnym powodują, że nakreślane w esejach idee są konstytuowane przez zmienność granic czasowych i przestrzennych, przeplata się w nich wiele motywów, złożonych ze świata realnego, tragicznych losów, wątków historycznych i aluzji literackich. Jak wiemy, esej dopuszcza łączenie obiektywnych analiz i elementów mitologizujących, co w przypadku tekstów z „Dialogu” sprawia, że wydarzenia w historii

---

[82] R. Sendyka, *op. cit.*, s. 63.

[83] M. Wojtak, *Współczesnej publicystyki prasowej…*, *op. cit.*, s. 219.

[84] *Ibidem.*

[85] Por. J. Tomkowski, *Esej literacki – między książką i gazetą*, „Studia Medioznawcze” 2010, nr 3, s. 17.

narodów polskiego i niemieckiego jawią się jako determinanty tożsamości jednostki i jej osobistych wyborów – ale i losów kolejnych pokoleń. Dlatego analizowane eseje spełniają postulaty polityczne[86], mają aktualny czy – idąc dalej – uniwersalny charakter, pełnią rolę miejsca interpretacji nowych wyobrażeń[87], stanowiąc polsko-niemiecki pomost komunikacyjny. Można postawić tezę, iż analizowana eseistyka stanowi również pewnego rodzaju ogniwo intertekstualne; niektóre teksty znajdują swoje odbicie w innych publikacjach czasopisma, a ich autorzy – jak i w sposób pośredni również czytelnicy pisma – uczestniczą tym samym *de facto* w polsko-niemieckim dialogu, w dyskusjach nad historią, współczesnością oraz przyszłością Europy. Ponadto występująca w większości esejów publicystyczność (rzadziej literackość), ich popularnonaukowy charakter (widoczny dzięki swego rodzaju konkluzywności) sprawiają, że pomimo ideowości esejów przedstawione w nich założenia mogą oddziaływać na sferę polityczną, stając się jednym z instrumentów tworzenia założeń postulatów polityki bilateralnej, coraz częściej uprawianej w szerokim kontekście europejskim. Jednocześnie wielowymiarowość eseju, dająca czytelnikowi tak szerokie pole interpretacyjne, sprawia (Paweł Hertz uważa esej za pewnego rodzaju ekspresję naszych autorskich wahań, dających również czytelnikowi okazję dojścia do prawdy[88]), że wielokrotnie podejmowane przez autorów przymiarki do redefinicji Europy gubią się niejako w toku dyskusji – co w efekcie wydaje się ich szczególną wartością.

Bibliografia

Literatura podmiotu

Andruchowycz J., *Fantazje na temat otwartości*, „Dialog. Magazyn Polsko-Niemiecki" nr 64 (2003).

Ash T. G., *Kryzys Europy. Czyli jak powstała Unia Europejska i dlaczego się rozpada*, „Dialog. Magazyn Polsko-Niemiecki" nr 102–103 (2012–2013).

Becker A., *Pociągiem przez Niemcy*, „Dialog. Magazyn Polsko-Niemiecki" nr 98 (2011–2012).

Benecke W., *1000 lat historii, 1000 lat polsko-niemieckiego sąsiedztwa?*, „Dialog. Magazyn Polsko-Niemiecki" nr 96 (2011).

Boniecki A., *Etyka solidarności XXI wieku*, „Dialog. Magazyn Polsko-Niemiecki" nr 101 (2012).

[86] Widoczne choćby w eseju Heinricha Augusta Winklera, który odwołując się do konieczności wspólnego, polsko-niemieckiego dzielenia się przeszłością, pamięcią i wspomnieniami – tak naprawdę rozważa o nowej, rozszerzonej Unii Europejskiej. Źródło: H. A. Winkler, *Podzielone krajobrazy pamięci. Długa droga Europy do wspólnej wizji wieku skrajności*, „Dialog. Magazyn Polsko-Niemiecki" nr 72–73 (2005–2006), s. 128–131.

[87] Por. W. Woźniak, *Współczesny esej polityczny*, „Studia Nauk Politycznych" 2004, nr 1, s. 205.

[88] P. Hertz (głos w dyskusji), *W podróży. Rozważania o eseju*, „Więź" 1986, nr 2–3, s. 73.

Chwin S., *Ratusz i Katedra*, „Dialog. Magazyn Polsko-Niemiecki" nr 91 (2010).
Czyżewski K., *Etos Europy Środkowej*, „Dialog. Magazyn Polsko-Niemiecki" nr 91 (2010).
Grala H., *Zjazd gnieźnieński 1000 roku – wokół polsko-niemieckich kłopotów ze wspólną przeszłością*, „Dialog. Magazyn Polsko-Niemiecki" nr 53 (1/2000).
Huelle P., *Ekspres do nadbałtyckich kurortów*, „Dialog. Magazyn Polsko-Niemiecki" jesień/zima 1999.
Huelle P., *Kumając rakiem. O Günterze Grassie i jego gdańskiej opowieści „Wróżby kumaka"*, „Dialog. Magazyn Polsko-Niemiecki" nr 69–70 (2005).
Huelle P., *Trzy pocztówki z Berlina, czyli trzy razy Potsdamer Platz*, „Dialog. Magazyn Polsko-Niemiecki" nr 85–86 (2008–2009).
Jerofijew W., *Demokracja po rosyjsku*, „Dialog. Magazyn Polsko-Niemiecki" nr 104 (02/2013).
Kaczorowski A., *Europa Środkowa – pożegnanie mitu*, „Dialog. Magazyn Polsko-Niemiecki" nr 83 (2008).
Kerski B., *Berlin, polska metropolia kultury*, „Dialog. Magazyn Polsko-Niemiecki" nr 85–86 (2008–2009).
Kerski B., *Gdańskie tożsamości*, „Dialog. Magazyn Polsko-Niemiecki" nr 112 (02/2015).
Kłoczowski J., *Od Unii Lubelskiej do Europejskiej*, „Dialog. Magazyn Polsko-Niemiecki" nr 54 (2/2000).
Knapp R., *Przewodnik po Polakach*, „Dialog. Magazyn Polsko-Niemiecki" nr 69–70 (2005).
Krasnodębski Z., *Odzyskana pewność siebie. Od Republiki Bońskiej do Berlińskiej*, „Dialog. Magazyn Polsko-Niemiecki" nr 87 (2009).
Lachmann P., *Jak (nie) zostałem wypędzony. Esej szelmowski*, „Dialog. Magazyn Polsko-Niemiecki" nr 68 (2004).
Lachmann P., *Piekielny rewir*, „Dialog. Magazyn Polsko-Niemiecki" nr 99 (2012).
Lachmann P., *Wymiary miasta. Obserwacje nieśpiesznego przechodnia*, „Dialog. Magazyn Polsko-Niemiecki" nr 90 (2009–2010).
Lachmann P., *Zmartwienia Pana Władysława, czyli „druga śmierć" miasta*, „Dialog. Magazyn Polsko-Niemiecki" nr 61 (2002).
Lizak W., *Jak hartowała się stal. Historia szczecińskich elit*, „Dialog. Magazyn Polsko-Niemiecki" nr 62–63 (2003).
Mencwel A., *Europa jako ojczyzna*, „Dialog. Magazyn Polsko-Niemiecki" nr 97 (2011).
Miś E., *Rodem ze Śląska*, „Dialog. Magazyn Polsko-Niemiecki" nr 1 (1993).
Olszewski M., *Domowina. Górny Śląsk – przestrzeń kulturowa, gdzie padają najważniejsze pytania o świat, istnienie i przemijanie*, „Dialog. Magazyn Polsko-Niemiecki" nr 111 (01/2015).
Olszewski M., *Moje dwadzieścia lat wolności*, „Dialog. Magazyn Polsko-Niemiecki" nr 88 (2009).
Olszewski M., *Niespłacone rachunki. List do Siegfrieda Lenza*, „Dialog. Magazyn Polsko-Niemiecki" nr 96 (2011).
Olszewski M., *Połączeni sprzecznością. Młodzi Polacy 2006*, „Dialog. Magazyn Polsko-Niemiecki" nr 74–75 (2006).

Paczkowski A., *Nowy europejski pejzaż pamięci*, „Dialog. Magazyn Polsko-Niemiecki" nr 106 (04/2013–2014).
Pollack M., *O sile wspomnień*, „Dialog. Magazyn Polsko-Niemiecki" nr 112 (02/2015).
Pollack M., *Po innej stronie Europy*, „Dialog. Magazyn Polsko-Niemiecki" nr 91 (2010).
Pollack M., *Stare i nowe granice*, „Dialog. Magazyn Polsko-Niemiecki" nr 97 (2011).
Pomian K., *Różnorodność europejska*, „Dialog. Magazyn Polsko-Niemiecki" nr 97 (2011).
Slaski J., *Emigracja ducha*, „Dialog. Magazyn Polsko-Niemiecki" nr 80–81 (2007–2008).
Szaruga L., *Bóg na Wałach Chrobrego*, „Dialog. Magazyn Polsko-Niemiecki" nr 62–63 (2003).
Szaruga L., *Brama do innego świata*, „Dialog. Magazyn Polsko-Niemiecki" nr 85–86 (2008–2009).
Szaruga L., *Pogoń za rzeczywistością*, „Dialog. Magazyn Polsko-Niemiecki" nr 57 (2001).
Śpiewak P., *„Daj mi, Boże, ciężkie życie, ale piękne, bogate i górne"*, „Dialog. Magazyn Polsko-Niemiecki" nr 103 (2013).
Tazbir J., *Tysiąc lat sąsiedztwa*, „Dialog. Magazyn Polsko-Niemiecki" nr 2–3, grudzień 1995.
Thum G., *Miasto między historią a przyszłością*, „Dialog. Magazyn Polsko-Niemiecki" nr 65 (2003–2004).
Tokarczuk O., *Trzy powody, dla których lubię Berlin*, „Dialog. Magazyn Polsko-Niemiecki" nr 85–86 (2008–2009).
Troebst S., *Jałta jako polskie miejsce pamięci*, „Dialog. Magazyn Polsko-Niemiecki" nr 62–63 (2003).
Tusk D., *Duch Europy*, „Dialog. Magazyn Polsko-Niemiecki" nr 92 (2010).
Waniek H., *Europejski palimpsest*, „Dialog. Magazyn Polsko-Niemiecki" nr 77–78 (2007).
Waniek H., *Podróż w nieznane*, „Dialog. Magazyn Polsko-Niemiecki" nr 99 (2012).
Winkler H. A., *Podzielone krajobrazy pamięci. Długa droga Europy do wspólnej wizji wieku skrajności*, „Dialog. Magazyn Polsko-Niemiecki" nr 72–73 (2005–2006).
Zernack K., *Europa Północno-Wschodnia. Historyczny region nad Bałtykiem*, „Dialog. Magazyn Polsko-Niemiecki" nr 94 (2010–2011).

Literatura przedmiotu

Bartoszewski W., *Niezapomniane rozmowy*, [w:] *Polacy i Niemcy pół wieku później: księga pamiątkowa dla Mieczysława Pszona*, red. T. Pięciak, Wydawnictwo Znak, Kraków 1996.
Chmielewska K., *Jak możliwa jest poetyka (eseju)?*, „Teksty Drugie" 2001, nr 3/4.
Choińska B., *Esej jako następstwo pesymizmu teoriopoznawczego*, „Słupskie Studia Filozoficzne" 2007, nr 6.
Choińska B., *Polski esej modernistyczny jako wypowiedź estetyczna: warstwy językowe i metajęzykowe*, „Lumen Poloniae: Studia z Filozofii Polskiej" 2011, nr 2.
Gatunki dziennikarskie. Teoria, praktyka, język, red. K. Wolny-Zmorzyński, A. Kaliszewski, W. Furman, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2009.
Gębala S., *Wokół eseju*, Wydawnictwo Akademii Techniczno-Humanistycznej, Bielsko-Biała 2007.

Hertz P. (głos w dyskusji), *W podróży. Rozważania o eseju*, „Więź" 1986, nr 2–3.
Iwasiów I., *Kultura pogranicza*, [w:] *Pogranicze polsko-niemieckie. Przeszłość – teraźniejszość – przyszłość*, red. E. Włodarczyk, Wydawnictwo Naukowe USz, Szczecin 2001.
Kadłubek Z., *Esej o eseju*, „Prace Naukowe Akademii im. Jana Długosza w Częstochowie. Filologia Polska. Historia i Teoria Literatury" 2014, nr 14.
Kalita M., *O wielowymiarowości współczesnego czeskiego eseju literaturoznawczego*, Wydawnictwo UŚ, Katowice 2013.
Kowalczyk A. S., *Kryzys świadomości europejskiej w eseistyce polskiej lat 1945–1977 (Vincenz – Stempowski – Miłosz)*, Wydawnictwo Quantum, Warszawa 1990.
Krakowiak M., *Mierzenie się z esejem. Studia nad polskimi badaniami eseju literackiego*, Wydawnictwo UŚ, Katowice 2012.
Markowski M. P., *Czy możliwa jest poetyka eseju?*, [w:] *Poetyka bez granic*, red. W. Bolecki, W. Tomasik, Instytut Badań Literackich PAN, Warszawa 1995.
Polski esej. Studia, red. M. Wyka, Towarzystwo Autorów i Wydawców Prac Naukowych „Universitas", Kraków 1991.
Prasowe gatunki dziennikarskie, red. K. Wolny-Zmorzyński, A. Kaliszewski, J. Snopek, W. Furman, Wydawnictwo Poltext, Warszawa 2014.
Przyklenk J., *W poszukiwaniu gatunkowych wyznaczników eseju*, „Biuletyn Polskiego Towarzystwa Językoznawczego" 2009, t. 65.
Sendyka R., *Nowoczesny esej. Studium historycznej świadomości gatunku*, Towarzystwo Autorów i Wydawców Prac Naukowych „Universitas", Kraków 2006.
Słownik gatunków literackich, red. M. Biernacki, M. Pawlus, PPU „Park", Bielsko-Biała 2002.
Słownik rodzajów i gatunków literackich, red. G. Gazda, S. Tynecka-Makowiecka, Wydawnictwo PWN, Warszawa 2012.
Szalewska K., *„Esejologia" – rekonesans*, „Wielogłos" 2008, nr 2.
Tomkowski J., *Esej literacki – między książką i gazetą*, „Studia Medioznawcze" 2010, nr 3.
Wojtak M., *Style dziennikarstwa prasowego w perspektywie dyskursywnej*, [w:] *Styl, dyskurs, media*, red. B. Bogołębska, M. Worsowicz, Wydawnictwo UŁ, Łódź 2010.
Wojtak M., *Współczesnej publicystyki prasowej oblicza różne*, „Poznańskie Studia Polonistyczne. Seria Językoznawcza" 2013, nr 2.
Wolff-Powęska A., *Polska–Niemcy. Partnerstwo z dystansu*, „Nauka" 2004, nr 4.
Wolff-Powęska A., *Rok 1945 – koniec i początek*, [w:] P*olacy i Niemcy pół wieku później: księga pamiątkowa dla Mieczysława Pszona*, red. T. Pięciak, Wydawnictwo Znak, Kraków 1996.
Woźniak W., *Współczesny esej polityczny*, „Studia Nauk Politycznych" 2004, nr 1.
Ziemer K., *Kultura pamięci i wspomnień w Niemczech po drugiej wojnie światowej*, „Athenaeum" 2011, vol. 28.
Zybura M. (głos w dyskusji), [w:] *Współczesny polski dyskurs publiczny w perspektywie międzykulturowej. Dyskusja panelowa*, red. W. Chłopicki, S. Gajda, Krakowskie Towarzystwo Popularyzacji Wiedzy o Komunikacji Językowej „Tertium", Kraków 2008.

Mateusz Kasiak
Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej

ONTOLOGICZNE ASPEKTY ARTYKUŁU PUBLICYSTYCZNEGO

1. Wprowadzenie

Do moich badań nad artykułem publicystycznym chciałbym włączyć problematykę ontologii bytu, bowiem zagadnienie artykułu publicystycznego mieści się w obrębie problematyki bytu. Włączenie w rozważania genologiczne rozważań ontologicznych skłania badacza do odkrywania nie tylko nowych, ale i znanych, chociaż nie do końca opisanych form dziennikarskich, takich jak artykuł publicystyczny. Konieczne jest w związku z tym dotarcie do istoty tego gatunku. Pytanie o ontologię artykułu publicystycznego jest pytaniem właśnie o jego istotę, pytaniem o właściwości konstytuujące tę formę dziennikarskiej wypowiedzi i świadczące o jej genologicznej niezależności.

2. Status genologiczny artykułu publicystycznego

Podstawowe tezy moich badań nad tym gatunkiem dziennikarskim uwzględniają problemy związane z próbą wyodrębnienia artykułu publicystycznego jako autonomicznego gatunku. Po pierwsze, artykuł publicystyczny jako kategoria genologiczna występuje i jest dostrzeżony przez badaczy, ale nie jest dostatecznie opisany. Jak dowodziłem w tekście *Artykuł publicystyczny w świadomości genologicznej dziennikarzy prasowych*[1], możemy mówić o próbach jego charakterystyk. W większości są to jednak definicje słownikowe, dosyć fragmentaryczne albo ujęcia zbyt ogólne i niepoparte przykładami konkretnych tekstów[2]. W geno-

[1] M. Kasiak, *Artykuł publicystyczny w świadomości genologicznej dziennikarzy prasowych*, „Studia Medioznawcze" 2015, nr 4 (63), s. 83–95.

[2] Kategoria *artykułu publicystycznego* jest odnotowywana w słownikach. Zob. m.in.: *Słownik języka polskiego*, t. 1, red. M. Szymczak, Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warszawa 1982, s. 82; *Słownik języka polskiego*, t. 1, red. W. Doroszewski, Państwowe Wydawnictwo „Wiedza Powszechna", Warszawa 1958, s. 211; *Słownik terminów literackich*, red. J. Sławiński, Ossolineum, Wrocław 1988, s. 44; *Słownik terminologii medialnej*, red. W, Pisarek, Universitas, Kraków 2010, s. 11.

logicznych opracowaniach, co podkreślałem, artykuł publicystyczny jest z kolei przedstawiany najczęściej na tle innych gatunków i form dziennikarskich, przez co jego opisy są raczej systematyzująco-odnotowujące, ukazujące jedynie miejsce artykułu w klasyfikacjach rodzajów i gatunków dziennikarskich[3].

Po drugie, warto jednak zaznaczyć, że część medioznawców w swoich typologiach gatunków artykułowi publicystycznemu poświęca więcej miejsca. Na podstawie opracowań kilku badaczy można przywołać cechy, które mieszczą się w ontologii bytu gatunku *artykuł publicystyczny*. Za Kazimierzem Wolnym-Zmorzyńskim, Andrzejem Kaliszewskim, Jerzym Snopkiem i Wojciechem Furmanem możemy powiedzieć, że w ontologii tej znajdują się: naukowo-intelektualne podbicie, dominująca rola autora, ważna tematyka (społeczna, polityczna, gospodarcza lub kulturalna), obiektywizm i charakterystyczna struktura, mająca postać tekstu z tezą i analizą[4]. Cechy *artykułu publicystycznego* wymienia także Maria Wojtak. Badaczka nie definiuje go wprost, ale pośrednio. Omawiając sylwetkę w formie artykułu publicystycznego, dostrzega przede wszystkim charakterystyczną strukturę artykułu publicystycznego złożoną z nagłówka, lidu i rozbudowanego korpusu, podzielonego śródtytułami i zakończonego puentą[5].

Po trzecie, mimo pojawiających się trudności w opisaniu artykułu publicystycznego, badacze postrzegają go jako podstawową, pierwszą i najważniejszą formę wypowiedzi publicystycznej. W takim duchu mówi o nim np. Andrzej Kozieł. Badacz podkreśla właściwie tylko to, że jest on najstarszym, najpowszechniejszym gatunkiem prasowym. Choć definicji nie rozwija, to przyjmuje, że jest to najważniejszy gatunek publicystyczny, wobec którego dookreśla różne odmiany artykułu publicystycznego, między innymi artykuł polemiczny, wstępny, dyskusyjny, redakcyjny, ale także blisko z nim spokrewniony komentarz[6]. O tym, że artykuł publicystyczny jest najważniejszym i najstarszym gatunkiem publicystycznym piszą także Wolny-Zmorzyński, Kaliszewski, Snopek i Furman[7]. W *Słowni-*

[3] M. Kasiak, *Artykuł publicystyczny…*, *op. cit.*, s. 83–84. Artykuł publicystyczny odnotowują medioznawcy i genolodzy. Zob. m.in.: Z. Bauer, *Gatunki dziennikarskie*, [w:] *Dziennikarstwo i świat mediów*, red. Z. Bauer, E. Chudziński, Universitas, Kraków 2000, s. 160; K. Wolny-Zmorzyński, A. Kaliszewski, W. Furman, *Gatunki dziennikarskie. Teoria, praktyka, język*, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2006, s. 85–86; J. Fras, *Dziennikarski warsztat językowy*, Wydawnictwo UWr, Wrocław 1999, s. 86–90; L. Zakrzewska, *Informacja*, [w:] *Dziennikarstwo od kuchni*, red. A. Niczyperowicz, TS Wydawnictwo, Poznań 2001, s. 9–10; A. Kozieł, *Gatunki dziennikarskie – rodowód, cechy i funkcje*, [w:] *O warsztacie dziennikarskim*, red. J. W. Adamowski, Oficyna Wydawnicza ASPRA-JR, Warszawa 2007, s. 73–77.

[4] Zob. K. Wolny-Zmorzyński, A. Kaliszewski, J. Snopek, W. Furman, *Prasowe gatunki dziennikarskie*, Wydawnictwo Poltext, Warszawa 2014, s. 68–69.

[5] M. Wojtak, *Gatunki prasowe*, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2004, s. 304–314.

[6] A. Kozieł, *op. cit.*, s. 119.

[7] K. Wolny-Zmorzyński, A. Kaliszewski, J. Snopek, W. Furman, *op. cit.*, s. 68–69.

ku terminologii medialnej podkreśla się z kolei długą tradycję pisania artykułów publicystycznych, na co wskazywać ma literacko-polityczny rodowód tego gatunku. Według tego słownika artykuł publicystyczny wykształcił się z pism i listów politycznych już w XVIII wieku wraz z pojawieniem się i rozwojem czasopiśmiennictwa[8].

Po czwarte, warto odnotować, że jest to gatunek nieostry znaczeniowo, genologicznie rozmyty i najmniej określony pod względem formalnym, mimo że, jak sygnalizowałem, według badaczy mamy do czynienia z najważniejszym i najpowszechniej występującym gatunkiem publicystycznym. To wszystko przysparza wspomnianych już kłopotów definicyjnych. Wolny-Zmorzyński, Kaliszewski, Snopek i Furman podkreślają, że niedookreślony status genologiczny tego gatunku wpływa na trudności w jego opisaniu i zdefiniowaniu[9]. Maria Wojtak z kolei, mówiąc o nieostrości znaczeniowej artykułu publicystycznego, zwraca uwagę na niejednolitość jego formy dziennikarskiej. Według badaczki, tak jak nieokreślony formalnie jest artykuł publicystyczny, taka ma być też sylwetka w formie artykułu publicystycznego[10].

Niejednorodność genologiczna to prawdopodobnie najbardziej pewna cecha artykułu publicystycznego, którą można wyłuskać z dotychczasowych badań prasoznawczych. Z tych nielicznych, sformułowanych na zbyt dużym poziomie ogólności charakterystyk, wynikają kolejne problemy. To, co powoduje definicyjny bałagan i czyni z artykułu publicystycznego kategorię nieostrą znaczeniowo, to mieszanie się różnych bytów pojęciowych – *artykułu* i *artykułu publicystycznego* – oraz mieszanie się typów racjonalności – potocznej i naukowej[11]. Może to wynikać z nieporozumień w użyciu terminów *artykuł* i *artykuł publicystyczny*. W ramach racjonalności potocznej artykułem określany jest każdy tekst publikowany w prasie i to potoczne myślenie o artykule wpływa na myślenie o artykule publicystycznym, którym według *Słownika terminologii medialnej* ‘potocznie (ale

[8] *Słownik terminologii medialnej*…, *op. cit.*, s. 11.

[9] K. Wolny-Zmorzyński, A. Kaliszewski, J. Snopek, W. Furman, *op. cit.*, s. 68–69.

[10] M. Wojtak, *Gatunki prasowe*, *op. cit.*, s. 140–157.

[11] Za Ryszardem Tokarskim typ racjonalności rozumiem jako pewien sposób postrzegania przez człowieka rzeczywistości. Podmiot poznający świat za pomocą języka, jako użytkownik języka, jego konkretnego wariantu i przedstawiciel określonej społeczności, przyjmuje swoisty dla swojego środowiska system wartości, który wpływa na widzenie świata i jego pojedynczych elementów. Zob. R. Tokarski, *Wartościowanie człowieka w metaforach potocznych*, „Pamiętnik Literacki” 1991, nr 82 (1), s. 144–151; idem, *Światy za słowami. Wykład z semantyki leksykalnej*, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2013, s. 313.

W myśleniu o artykule publicystycznym ścierają się różne typy racjonalności. Ważne jest zatem, zwłaszcza w opisie tej właśnie wypowiedzi dziennikarskiej, przyjęcie otwartej definicji gatunku, uwzględniającej te różne typy racjonalności, z dominującym myśleniem potocznym włącznie.

niewłaściwie) określa się każdy duży materiał zamieszczony w prasie'[12]. Co ciekawe, jak pokazywałem w cytowanym już tekście *Artykuł publicystyczny…*, także w opisach naukowych dochodzi do błędu poznawczego i oba byty traktowane są synonimicznie[13]. Powoduje to, że artykuł publicystyczny definiowany jest w sposób uproszczony, z uwzględnieniem jedynie fragmentarycznej wiedzy eksperckiej. Jak pisałem, „artykuł publicystyczny jako gatunek wypowiedzi dziennikarskiej funkcjonuje w świadomości genologicznej, lecz jego rozumienie bliskie jest potocznemu wyobrażeniu o artykule"[14], w związku z czym gatunek ten „utożsamia się powszechnie z każdą wypowiedzią publicystyczną w gazecie"[15], a tym samym w specjalistycznych opracowaniach, w ramach racjonalności naukowej, nie tylko nie wyodrębnia się jego kanonicznego wzorca, ale brakuje też ujęcia go jako autonomicznego gatunku dziennikarskiego[16].

3. Metodologia

Potoczne i naukowe rozumienie artykułu publicystycznego nie musi przebiegać w izolacji. Co więcej, ontologia artykułu publicystycznego powinna uwzględniać różne typy racjonalności. Gatunek ten nie jest bowiem teoretycznym tworem; brakuje jego precyzyjnych charakterystyk, a w próbach opisu mieszają się różne byty pojęciowe, co czyni z tej formy prasowej wypowiedzi kategorię kulturowo-społeczną. W związku z tym wyznaczenie perspektywy, jaki jest artykuł publicystyczny, to tak naprawdę odpowiedź na pytanie, za jaki jest uważany.

W swoich badaniach nad artykułem publicystycznym wykorzystuję metodę analizy gatunku Marii Wojtak, której propozycja pozwala uchwycić wspomnianą niejednorodność ontologiczną artykułu publicystycznego i ująć ją w metodologiczne ramy. Badaczka proponuje podejście dynamiczne i otwartą definicję gatunku. Uwzględniając wieloaspektową analizę jej gatunku, można, z jednej strony, pokazać złożoność gatunkową różnych wypowiedzi prasowych, a z drugiej strony – szukać podobieństw ich cech[17]. Maria Wojtak łączy gatunki w typy, które

[12] *Słownik terminologii medialnej…*, *op. cit.*, s. 11.

[13] M. Kasiak, *Artykuł publicystyczny…*, *op. cit.*, s. 83–84.

[14] *Ibidem*, s. 84.

[15] *Ibidem*.

[16] *Ibidem*. Podobne myślenie o artykule publicystycznym dominuje w świadomości dziennikarzy publicystycznych, na co dzień piszących artykuły publicystyczne, którzy nie zastanawiają się nad konkretnymi gatunkami. Dla dziennikarzy istotna jest przede wszystkim ważność podejmowanego tematu i jego rzetelne zrealizowanie. Zob. M. Kasiak, *Artykuł publicystyczny…*, *op. cit.*, s. 88–93.

[17] Zob. M. Wojtak, *Głosy z teraźniejszości. O języku współczesnej polskiej prasy*, Wyższa Szkoła Przedsiębiorczości i Administracji, Lublin 2010.

przypisuje następnie do jednego z trzech wariantów wzorca gatunkowego. Obecność wzorca kanonicznego, alternacyjnego i adaptacyjnego nie różnicuje tekstów gatunkowo, a raczej je łączy w jeden genologiczny twór[18]. Cenne jest to zwłaszcza dla moich badań. Wieloaspektowa analiza gatunku i wydzielenie kilku składników wzorca gatunkowego pozwalają badać przede wszystkim kategorie definicyjnie nieostre i genologicznie rozmyte, do których można niewątpliwie zaliczyć artykuł publicystyczny.

4. Analiza

Artykuły publicystyczne tygodników polskiej prasy opiniotwórczej i czołowych portali internetowych stały się przedmiotem moich szerszych badań. Analizuję artykuły publicystyczne tygodników „Newsweek Polska" [dalej: „Newsweek"], „Polityka", „Wprost", „wSieci" oraz ich internetowe wydania, a także teksty publikowane przez portale Onet.pl, Wp.pl i Interia.pl[19].

W opisaniu cech i właściwości artykułu publicystycznego pomocne będą badania ilościowe. Na potrzeby tego szkicu wybrałem teksty z trzech tygodników opinii: „Newsweeka", „Polityki" oraz „wSieci". Analizowane tytuły pochodzą z okresu od 1 stycznia do 5 kwietnia 2016 roku, a więc z trzech miesięcy wydawniczych, co daje w sumie 38 numerów (po 13 z „wSieci" i „Newsweeka" oraz 12 z „Polityki"). Łącznie w trzech badanych tytułach opublikowano 206 artykułów publicystycznych (w „Newsweeku" 68, w „wSieci" 72, w „Polityce" 66). Podczas analiz wyróżniłem podstawowe, moim zdaniem, składniki artykułu publicystycznego, konstytuujące go jako autonomiczną jednostkę genologiczną. Skoncentrowałem się na strukturze – jej wyznaczniki strukturalne i pragmatyczne pozwalają na wstępną identyfikację artykułu publicystycznego jako gatunku. Następnie

[18] M. Wojtak, *Gatunki prasowe*, *op. cit.*; eadem, *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, Krakowskie Towarzystwo Popularyzowania Wiedzy o Komunikacji Językowej „Tertium", Kraków 2000.

[19] Przeprowadzone analizy artykułów publicystycznych stały się podstawą kilku szkiców naukowych. Zob. M. Kasiak, *Artykuł publicystyczny…*, *op. cit.*; idem, *Architektonika tekstów dziennikarskich. Refleksje strukturalne wokół meta- i paratekstu artykułu publicystycznego*, [w:] *Gatunki i formaty we współczesnych mediach*, red. W. Godzic, A. Kozieł, J. Szylko-Kwas, Wydawnictwo Poltext, Warszawa 2015, s. 83–99; idem, *Artykuł publicystyczny w prasie i w internecie. Analiza porównawcza*, „Rocznik Bibliologiczno-Prasoznawczy", Kielce [w druku]; idem, *„Tytuł wiele ci powie" – krótki tekst, wiele informacji. O tytułach artykułów publicystycznych*, [w:] *Współczesne media. Media informacyjne*, red. I. Hofman, D. Kępa-Figura, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2016; idem, *Obecna nieobecna. Obraz kobiety transseksualnej w prasie opiniotwórczej na przykładzie sylwetki Anny Grodzkiej*, [w:] *(Nie)obecność kobiet w przestrzeni publicznej*, red. M. Pataj, Lublin [w druku].

wyodrębniłem najważniejsze właściwości – charakter tematyki, wielogłosowość, subiektywizm i funkcję perswazyjną. Analizie poddałem wszystkie artykuły publicystyczne, natomiast wybrane właściwości zilustrowałem na przykładzie tekstu Rafała Kalukina, zatytułowanego *O szulerze, który ograł szulera*[20], bowiem stanowi on przykład artykułu publicystycznego realizującego kanoniczny model wzorca gatunkowego.

4.1. Właściwości i cechy artykułu publicystycznego

Jak już wspomniałem, za główne właściwości i cechy wyróżniające artykuł publicystyczny uważam jego strukturę, charakter tematyki (tematy ważne i aktualne), wielogłosowość, subiektywizm oraz funkcję perswazyjną.

Jak podkreślałem w tekście *Architektonika tekstów dziennikarskich…*[21], mówiąc o strukturze artykułu publicystycznego mam na myśli, po pierwsze, architektonikę tekstu i po drugie, miejsce, jakie tekst zajmuje w makrotekście. W skład szkieletu artykułu publicystycznego wchodzi tytuł złożony, czyli nagłówek, lid oraz korpus z wyraźnie wyodrębnionymi za pomocą śródtytułów akapitami. Są to elementy tworzące tekst właściwy, o trójdzielnej kompozycji strukturalnej[22]. Wszystkie analizowane artykuły publicystyczne (w liczbie 206) charakteryzuje trójdzielna kompozycja strukturalna. Oprócz tekstu głównego wyróżniam także paratekst, czyli elementy jego otoczenia, które służą głównie jego przedstawieniu; to między innymi nazwa działu, czasem poddziału, tytuły, lid, zdjęcia, wyimki, tabele, wykresy i inne elementy towarzyszące[23]. Jedne z nich, takie jak nazwa działu czy tytuł, występują obligatoryjnie we wszystkich 206 tekstach, inne, np. zdjęcia czy tabele, – fakultatywnie, tzn. że ich obecność nie jest konieczna, by można było zaliczyć tekst do artykułu publicystycznego (różne teksty mają różną liczbę elementów fakultatywnych)[24]. W przykładowym artykule, oprócz trójdzielnej kompozycji, mamy także elementy paratekstowe: dwa zdjęcia z opisami, imię i nazwisko autora tekstu, dwa wyimki tekstowe, nazwę działu oraz wyróżnione graficznie pierwsze słowa każdego akapitu, adres e-mail autora. Artykuł skła-

[20] R. Kalukin, *O szulerze, który ograł szulera*, „Newsweek" 2016, nr 10, s. 16–20.

[21] M. Kasiak, *Architektonika tekstów dziennikarskich…*, *op. cit.*

[22] *Ibidem*, s. 88–97.

[23] Więcej na ten temat pisałem także w pracy poświęconej strukturze artykułu publicystycznego. Zob. M. Kasiak, *Architektonika tekstów dziennikarskich…*, *op. cit.*, s. 91–97.

[24] Elementy strukturalne wyodrębniam za Marią Wojtak, która pisząc o strukturze gatunków prasowych, zauważyła potrzebę podziału struktury na tekst główny i składniki jego otoczenia, czyli elementy paratekstowe. Badaczka uważa strukturę gatunku za najważniejszy jego aspekt, a ramę tekstową złożoną z komponentów inicjalnego i finalnego za najważniejszy element struktury, który pozwala wstępnie zidentyfikować gatunek. Zob. M. Wojtak, *Gatunki prasowe*, *op. cit.*

da się z pięciu części i 42 akapitów opublikowanych na pięciu stronach. Analiza pokazała, że najważniejszy hierarchicznie element strukturalny artykułu publicystycznego to tytuł, który tworzy z lidem komponent inicjalny tekstu. Próżno natomiast w przypadku artykułu publicystycznego szukać strukturalnie wyodrębnionego komponentu finalnego. W związku z tym to właśnie tytuł, najczęściej dwuczłonowy (nadtytuł i tytuł główny lub tytuł główny i podtytuł), bazujący na grach językowych, pełni najważniejszą rolę[25]. Wszystkie analizowane przeze mnie teksty złożone są z tekstu właściwego opartego na wyodrębnionej trójdzielnej kompozycji oraz paratekstu.

Wyróżniającą właściwością artykułu publicystycznego są konstrukcje tytułowe, czyli struktury tytułowe złożone z wszystkich występujących i odnoszących się do artykułu publicystycznego tytułów. Otóż, co interesujące, tytuły tworzą swoiste dla artykułu ciągi tytułów funkcjonujące jako strukturalno-pragmatyczny schemat, który następnie wypełniany jest innymi elementami strukturalno-pragmatycznymi[26]. Na konstrukcję tę składają się najczęściej tytuły zewnętrzne, tj. tytuł okładkowy i tytuł-zapowiedź w spisie treści oraz wewnętrzne, czyli tytuł główny (najczęściej nagłówek), śródtytuły oraz tytuł-nazwa działu, często pełniący funkcję nadtytułu[27]. Wybrany do analizy artykuł publicystyczny realizuje pełny taki schemat tytułowy: *Przeproś Lecha i Polaków. To nie Wałęsa powinien przepraszać za Bolka, ale Kaczyński za niszczenie Wałęsy i Demokracji* (tytuł okładkowy w formie nagłówka, tytuł główny + podtytuł); *Lech Wałęsa i Jarosław Kaczyński. Ich toksyczny sojusz przyspieszył upadek obozu solidarnościowgo* (tytuł-zapowiedź w spisie treści); *Polityka* (tytuł – nazwa działu); *Wałęsa i Kaczyński. O szulerze, który ograł szulera* (tytuł właściwy w formie nagłówka, nadtytuł + tytuł główny); *Scena Pierwsza: Spotkanie, Scena Druga: Współpraca, Scena Trzecia: Zerwanie, Scena Czwarta: Wojna, Lech Czarny i Lech Biały* (śródtytuły).

Na podstawie konstrukcji tytułowej możemy odtworzyć tematykę danego tekstu i jednocześnie jesteśmy nakłaniani do jego lektury. Konstrukcje te realizują bowiem funkcję fatyczną i perswazyjną, stąd tytuły artykułu publicystycznego uwikłane są nie tylko strukturalnie (pozwalają zidentyfikować gatunek, świadczą

[25] Zob. M. Kasiak, *Architektonika tekstów dziennikarskich…*, *op. cit.*, s. 91–98.

[26] Pojęcia *konstrukcji tytułowej* i *ciągu tytułowego* wprowadziłem po raz pierwszy w cytowanym tekście *Architektonika tekstów dziennikarskich. Refleksje strukturalne wokół meta- i paratekstu artykułu publicystycznego*, s. 95–97. Propozycję rozszerzoną, uwzględniającą różne rodzaje tytułów prasowych, zreferowałem podczas VII Ogólnopolskiej Konferencji Naukowej „Współczesne media – media informacyjne" w artykule *„Tytuł wiele ci powie" – krótki tekst, wiele informacji. O tytułach artykułów publicystycznych*.

[27] Więcej o tytułach artykułu publicystycznego i koncepcji konstrukcji tytułowej pisałem w opracowaniu, będącym pokłosiem udziału w VII Ogólnopolskiej Konferencji Naukowej „Współczesne media – media informacyjne". Zob. M. Kasiak, *„Tytuł wiele ci powie"…*, *op. cit*.

o ważności podejmowanego tematu i ważności samego artykułu publicystycznego w gazecie, ważności tej formy wypowiedzi i tego sposobu wyrażania myśli), ale także pragmatycznie, pełnią funkcję perswazyjną – nawiązują kontakt z odbiorcą i nakłaniają czytelnika do przyjęcia punktu widzenia nadawcy.

Na 38 analizowanych numerów w aż 35 okładka anonsowała artykuł publicystyczny, co oznacza, że wybierając materiał na okładkę, w większości przypadków redakcja preferuje właśnie ten gatunek (tylko trzykrotnie zamieszczono wywiad). Spośród 35 zapowiedzi artykułów publicystycznych 29 dotyczyło jednego tekstu, tzw. tematu wydania, 6 okładek anonsowało cykl tekstów, w których centralnym zawsze był artykuł publicystyczny. Można zatem stwierdzić, że konstrukcja tytułowa jest jego najważniejszym składnikiem strukturalnym. Na okładce anonsowany jest najistotniejszy temat numeru ujęty w formę artykułu publicystycznego, a czasami cyklu takich artykułów. Czyni to z tego gatunku najważniejszy gatunek publicystyczny tygodników opinii. Artykuł publicystyczny to najczęściej pojawiający się gatunek w analizowanych przeze mnie tygodnikach opinii. To gatunek będący wizytówką określonego wydania. Temat z okładki zazwyczaj pojawia się jako tekst główny, funkcjonujący samodzielnie, często pełni rolę tematycznego centrum większego bloku publicystycznego (jako taki został opublikowany wybrany przeze mnie tekst *O szulerze, który ograł szulera*, tekstem wprowadzającym w główną tematykę jest wywiad ze Stefanem Chwinem na temat Lecha Wałęsy), rzadziej obecny jest jako tekst satelicki, np. wprowadzający w tematykę lub tekst towarzyszący. Wybór teksu lub tekstów anonsowanych na okładce jest ograniczony oczywiście możliwościami wydawniczymi, technicznymi. Nie oznacza to jednak, że pozostałe artykuły publicystyczne, nazwijmy je nieokładkowymi, nie są istotne. W 163 nieokładkowych artykułach publicystycznych podobną znaczącą rolę odgrywają konstrukcje tytułowe, które wprawdzie uboższe o tytuły okładkowe, również są uwikłane strukturalnie i pragmatycznie.

Ponadto ważność artykułu publicystycznego jako gatunku podkreślana jest także miejscem w gazecie i tematyką. W makrotekście artykuły publicystyczne pojawiają się na pierwszych stronach najważniejszych działów, w zależności od gazety są to: „Polska", „Społeczeństwo", „Świat" („Newsweek"), „Kraj", „Świat" („wSieci"), „Polityka", „Społeczeństwo", „Świat" („Polityka"). Warto podkreślić, że najważniejszy temat opisany w artykule okładkowym jest bardzo często dodatkowo wyróżniany i opatrzony specjalnymi tytułami, np. „Temat Tygodnia" („Polityka"), „Temat Tygodnia" („wSieci"), „Raport Newsweeka" („Newsweek") (stałe lub powracające rubryki), a cykle ważnych artykułów publicystycznych są opatrzone tytułami okazjonalnymi, jednorazowo i na potrzeby danego wydania, np. „Szafa Kiszczaka" (cykl artykułów publicystycznych „wSieci" w 9. numerze z 2016 roku).

Konkretne umiejscowienie i wyróżnienie artykułu publicystycznego w makrotekście, a także strukturalne i pragmatyczne uwikłanie tytułów podporządkowane jest tematyce. W branym pod uwagę okresie 26 tematów tygodnia dotyczyło polityki krajowej lub światowej, 11 zagadnień społecznych, a jeden tematyki religijnej i popularnonaukowej (było to wielkanocne, a więc okolicznościowe, wydanie numeru „wSieci" i dotyczyło szat Jezusa). Z jednym wyjątkiem więc artykuły publicystyczne okładkowe zdominowane są tematycznie przez kwestie polityczno-społeczne. W artykułach publicystycznych nieokładkowych pojawiają się także artykuły poruszające tematykę kultury, gospodarki, biznesu, sportu, edukacji, religii – wszystkie można jednak ująć w ogólną tematykę „Społeczeństwo". Bez wątpienia artykuły poruszają tematy ważne z punktu widzenia społecznego lub z punktu widzenia redakcji, aktualne i szeroko komentowane w przestrzeni publicznej. Tekst *O szulerze, który ograł szulera* dotyczy tzw. sprawy Bolka, którą zajmowały się najważniejsze tygodniki opinii w Polsce. Temat powracał w kolejnych kilku numerach, stając się swoistym publicystycznym serialem prasowym.

Artykuły publicystyczne tylko pozornie są wielogłosowe albo inaczej to ujmując – przedstawiane są różne punkty widzenia, ale to autorski punkt widzenia jest podświetlany i proponowany czytelnikowi. Warto dodać, że właśnie tzw. autorskie piętno było jednym z zaczątków powstania artykułu publicystycznego[28]. „Subiektywizm widoczny w autorskich opiniach i komentarzach"[29] jest także uznany przez dziennikarzy publicystów za jedną z najważniejszych cech artykułu publicystycznego[30]. Za autorskim punktem widzenia kryje się nie tylko autor tekstu, ale także redaktor naczelny i wydawca. Z pozorną wielogłosowością, czyli w rzeczywistości z brakiem obiektywizmu, mamy do czynienia we wszystkich 206 tekstach. Artykuły publicystyczne mają realizować politykę światopoglądową gazety, a także spełniać oczekiwania czytelnika, który świadomie sięga po gazetę o takim, a nie innym profilu ideologicznym. Z wielogłosowością wygrywa subiektywizm, a dominującą funkcją staje się funkcja perswazyjna, która jest już realizowana we wspomnianych tytułach. To właśnie w konstrukcji strukturalno-pragmatycznej „sprzedawany" jest obraz świata i punkt widzenia. Konstrukcja różnych tytułów nadaje rytm narracji. Przypomnę raz jeszcze przywołaną już jedną z takich konstrukcji z 10. numeru „Newsweeka": *Przeproś Lecha i Polaków.*

[28] W *Słowniku terminologii medialnej* czytamy, że 'główną funkcją artykułu publicystycznego jest prezentacja autorskiego punktu widzenia', któremu podporządkowane są pozostałe elementy artykułu. Zob. *Słownik terminologii medialnej*…, *op. cit.*, s. 11.

[29] Zob. M. Kasiak, *Artykuł publicystyczny*…, *op. cit.*, s. 93.

[30] Dziennikarze za cenne uważają nawet te kontrowersyjne opinie autorów artykułów publicystycznych czy szerzej autorów publicystyki w ogóle. Zob. M. Kasiak, *Artykuł publicystyczny*…, *op. cit.*, s. 88–93.

To nie Wałęsa powinien przepraszać za Bolka, ale Kaczyński za niszczenie Wałęsy i Demokracji/ Lech Wałęsa i Jarosław Kaczyński. Ich toksyczny sojusz przyspieszył upadek obozu solidarnościowego/ Wałęsa i Kaczyński. O szulerze, który ograł szulera/ Scena Pierwsza: Spotkanie, Scena Druga: Współpraca, Scena Trzecia: Zerwanie, Scena Czwarta: Wojna, Lech Czarny i Lech Biały. Tytuły z okładki właściwie wprost wskazują po czyjej stronie opowiada się gazeta i jej dziennikarze, do czego doprowadził konflikt na linii Lech Wałęsa – „Solidarność" i chyba nie mamy też wątpliwości, kto w tym sporze nazwany jest Lechem Czarnym, a kto Lechem Białym i kto z tak przedstawionej w tytułach gry wyjdzie obronną ręką, a kto zostanie ograny.

5. Podsumowanie

Prowadzone przeze mnie badania nad artykułem publicystycznym pozwalają zdefiniować go jako autonomiczny gatunek dziennikarstwa pisanego. Artykuł publicystyczny jest nie tylko autonomiczną jednostką genologiczną, ale także najważniejszym gatunkiem publicystyki prasowej. Potwierdzają to zarówno nieliczne opisy teoretyczne, jak i intuicja dziennikarska publicystów prasowych. Potwierdzają to także badania ilościowe. Na pierwsze miejsce artykułu publicystycznego w hierarchii gatunków prasy opinii wskazuje jego uprzywilejowana pozycja w makrotekście i podejmowana tematyka.

Artykuł publicystyczny jest głównym tekstem danego wydania, najczęściej dotyczy tematu tygodnia – artykuł okładkowy – lub innych ważnych i aktualnych spraw politycznych, społecznych czy gospodarczych, będąc zestawieniem kilku punktów widzenia na opisywany temat z wyraźnym jednak poparciem punktu widzenia autorskiego.

To wszystko powoduje, że na artykule publicystycznym spoczywa ważna rola – uczestniczy on w realizacji funkcji perswazyjnej. Do zadań specjalnych, czyli zainicjowania kontaktu z odbiorcą, pozyskania klienta, a potem czytelnika i przekonania go do proponowanej wizji świata wyspecjalizowane zostały tytuły.

Tytuły stanowią najważniejszy wyznacznik artykułu publicystycznego. Swoiste dla tej formy wypowiedzi prasowej konstrukcje tytułowe nie tylko identyfikują tekst jako artykuł publicystyczny, ale także identyfikują odbiorcę.

Tytuł okładkowy zapowiada tekst i jego temat, firmuje także całe wydanie i przedstawia perspektywę konkretnej gazety, pokazując czytelnikowi sposób opisywania rzeczywistości. Tytuł w spisie treści identyfikuje tekst w danym numerze, zachęcając odbiorcę do przeczytania już konkretnego artykułu i wskazuje na główny wątek tematu. Pozostałe tytuły (nadtytuł, podtytuł, śródtytuły) dookreślają temat, rozwijają go i uzupełniają. Składniki konstrukcji tytułowej nie tylko są

wyznacznikami strukturalnymi, spajając tekst i identyfikując gatunek, ale także pełnią rolę wyznaczników pragmatycznych – są identyfikatorami tematycznymi i nawigatorami odbiorcy/czytelnika.

Bibliografia

Bauer Z., *Gatunki dziennikarskie*, [w:] *Dziennikarstwo i świat mediów*, red. Z. Bauer, E. Chudziński, Universitas, Kraków 2000.

Fras J., *Dziennikarski warsztat językowy*, Wydawnictwo UWr, Wrocław 1999.

Kalukin R., *O szulerze, który ograł szulera*, „Newsweek" 2016, nr 10.

Kasiak M., *Architektonika tekstów dziennikarskich. Refleksje strukturalne wokół meta- i paratekstu artykułu publicystycznego*, [w:] *Gatunki i formaty we współczesnych mediach*, red. W. Godzic, A. Kozieł, J. Szylko-Kwas, Wydawnictwo Poltext, Warszawa 2015.

Kasiak M., *Artykuł publicystyczny w świadomości genologicznej dziennikarzy prasowych*, „Studia Medioznawcze" 2015, nr 4 (63).

Kozieł A., *Gatunki dziennikarskie – rodowód, cechy i funkcje*, [w:] *O warsztacie dziennikarskim*, red. J. W. Adamowski, Oficyna Wydawnicza ASPRA-JR, Warszawa 2007.

Słownik języka polskiego, t. 1, red. W. Doroszewski, Państwowe Wydawnictwo „Wiedza Powszechna", Warszawa 1958.

Słownik języka polskiego, t. 1, red. M. Szymczak, Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warszawa 1982.

Słownik terminologii medialnej, red. W. Pisarek, Universitas, Kraków 2010.

Słownik terminów literackich, red. J. Sławiński, Ossolineum, Wrocław 1988.

Tokarski R., *Światy za słowami. Wykład z semantyki leksykalnej*, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2013.

Tokarski R., *Wartościowanie człowieka w metaforach potocznych*, „Pamiętnik Literacki" 1991, nr 82 (1).

Wojtak M., *Gatunki prasowe*, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2004.

Wojtak M., *Głosy z teraźniejszości. O języku współczesnej polskiej prasy*, Wyższa Szkoła Przedsiębiorczości i Administracji, Lublin 2010.

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, Krakowskie Towarzystwo Popularyzowania Wiedzy o Komunikacji Językowej „Tertium", Kraków 2000.

Wolny-Zmorzyński K., Kaliszewski A., Furman W., *Gatunki dziennikarskie. Teoria, praktyka, język*, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2006.

Wolny-Zmorzyński K., Kaliszewski A., Snopek J., Furman W., *Prasowe gatunki dziennikarskie*, Wydawnictwo Poltext, Warszawa 2014.

Zakrzewska L., *Informacja*, [w:] *Dziennikarstwo od kuchni*, red. A. Niczyperowicz, TS Wydawnictwo, Poznań 2001.

Ewa Bulisz
Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej

O PORADACH PRASOWYCH Z *LIFESTYLOWEGO* MAGAZYNU „WOMEN'S HEALTH"*

Porady prasowe można zaliczyć do zbioru wypowiedzi użytkowych i dyrektywnych, utrwalanych i upowszechnianych zarówno przez prasę ogólną, jak i wyspecjalizowaną. Chociaż nie są zaliczane do tradycyjnych gatunków prasowych, mają niemal tak długą historię, jak sama prasa[1].

W czasopismach kobiecych pierwsze porady prasowe pojawiły się w XIX wieku[2] i przyjmowały formę listu do redakcji oraz odpowiedzi redakcji na postawione w liście pytanie. Biorąc pod uwagę aspekt temporalny (ewolucję gatunku), można zauważyć, że porada prasowa ulegała różnym przekształceniom, modyfikującym jej schemat gatunkowy[3]. W *Encyklopedii wiedzy o prasie* z 1976 roku czytamy: „[…] w strukturze swej porada prasowa jest zbliżona do odpowiedzi redakcji, często nawet z nią jednoznaczna"[4]. Redukcja listu od czytelnika spowodowała dalsze rozluźnienie strukturalnego schematu tak ujmowanej porady prasowej. Współczesne porady prasowe nie mają jednej, skostniałej formy, ponieważ poradę można zaliczyć (obok sylwetki prasowej)[5] do gatunków całkowicie

* Druk publikacji został sfinansowany przez Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej w ramach Wydziału Humanistycznego nr BS-05-004-16-B-02 ZFIN 00000051.

[1] Poradnik jako użytkowy gatunek mowy ma znacznie dłuższą tradycję. Znane są staropolskie poradniki myśliwskie, poradniki gospodarskie i kucharskie. Zob. A. Rejter, *Wzorzec gatunkowy staropolskich poradników myśliwskich i jego uwarunkowania*, [w:] *Gatunki mowy i ich ewolucja*, t. 2: *Tekst a gatunek*, red. D. Ostaszewska, Wydawnictwo UŚ, Katowice 2004, s. 246–257. Charakterystykę wyznaczników gatunkowych poradnika zawiera publikacja: E. Ficek, *Poradnik. Model gatunkowy i jego tekstowe aktualizacje*, Wydawnictwo UŚ, Katowice 2013.

[2] „Porady pojawiły się w prasie kobiecej wraz z pozytywizmem, nakładając obowiązek pracy od podstaw także na żeńską połowę społeczeństwa. Stały się one istotną częścią pism kobiecych w latach 1945–1995 […]", Z. Sokół, *Prasa kobieca w Polsce w latach 1945–1995*, Wydawnictwo Wyższej Szkoły Pedagogicznej, Rzeszów 1998, s. 10.

[3] Zob. zbiór zasad i procesów sprzyjających transformacjom gatunkowym: M. Wojtak, *Metamorfozy gatunków prasowych*, [w:] *Współczesne media. Status, aksjologia, funkcjonowanie*, t. 1, red. I. Hofman, D. Kępa-Figura, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2009, s. 362–372.

[4] *Encyklopedia wiedzy o prasie*, red. J. Maślanka, Wydawnictwo Zakład Narodowy im. Ossolińskich, Wrocław 1976, s. 166.

[5] Zob. M. Wojtak, *Gatunki prasowe*, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2004, s. 120–165.

adaptacyjnych[6]. Kierunki adaptacji są różne. Mogą nimi być tradycyjne gatunki prasowe lub zmodyfikowane odmiany gatunkowe.

Prymarnym sygnałem gatunkowym, pozwalającym identyfikować poradę prasową, jest cel komunikatu (intencja), czyli chęć „udzielenia komuś wskazówki, rady […]"[7]. W tym zakresie porady prasowe mieszczą się w kategorii tekstów (gatunków) poradnikowych.

W literaturze przedmiotu odnajdziemy liczne opracowania porad prasowych zaczerpniętych z czasopism, które anonsuje się jako pisma poradnikowe dla kobiet. Dotychczas analizie poddano porady publikowane między innymi w: „Dobrych Radach"[8], „Przyjaciółce"[9], „Poradniku Domowym"[10] oraz „Tinie"[11]. Poradnikowe formy wypowiedzi można także odnaleźć w innych typach prasy kobiecej.

Przedmiotem genologicznego opisu w niniejszym artykule czynię realizacje tekstowe porad prasowych z pisma „Women's Health"[12].

---

[6] Adaptacyjny charakter porady prasowej zasugerowała mi w rozmowie Maria Wojtak, uwzględniając analogię z sylwetką prasową, która także „nie zdołała zastygnąć w jednej formie". M. Wojtak, *Gatunki prasowe*, *op. cit.*, s. 120.

[7] *Słownik języka polskiego*, t. 6, red. W. Doroszewski, PWN, Warszawa 1964, s. 1044.

[8] E. Bulisz, *Poradnictwo we współczesnej prasie kobiecej na przykładzie miesięcznika „Dobre Rady" – analiza genologiczna*, [w:] *Media a wartości. Media lokalne i ogólnopolskie*, red. M. Gabryś-Sławińska, K. Dybowska, Wydawnictwo Podlaskiej Fundacji Wspierania Talentów, Biała Podlaska 2014, s. 72–82.

[9] J. Smól, *Wzorzec gatunkowy porady prasowej dawniej i dziś w perspektywie pragmatycznej*, [w:] *Kształtowanie się wzorów i wzorców językowych*, red. A. Piotrowicz, K. Skibski, M. Szczyszek, Wydawnictwo Poznańskie, Poznań 2009, s. 227–235; eadem, *Problematyka miłosna w poradach z tygodnika „Przyjaciółka"*, [w:] *Miłość niejedno ma imię. Studium monograficzne*, red. W. Żarski, B. Staniów, Wydawnictwo Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej w Koszalinie, Koszalin 2011, s. 135–142; eadem, *Między perswazją a manipulacją, czyli o sposobach wywierania wpływu na odbiorcę w tekstach poradnikowych tygodnika „Przyjaciółka*", [w:] *Dobra rada nie zawada. Rady, porady, poradniki w języku, literaturze i kulturze*, red. W. Żarski, B. Staniów, Wydawnictwo Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej w Koszalinie, Koszalin 2010, s. 131–139; eadem, *Wpływ przeobrażeń polityczno-kulturowych końca XX wieku na charakter poradnictwa prasowego (na przykładzie tygodnika „Przyjaciółka")*, [w:] *Przeobrażenia w języku i komunikacji medialnej na przełomie XX i XXI wieku,* red. M. Karwatowska, A. Siwiec, Wydawnictwo Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej w Chełmie, Lublin 2010.

[10] S. Siekierski, *Codzienne troski kobiet w świetle listów do „Poradnika Domowego"*, [w:] *Życie codzienne Polaków*, red. R. Sulima, Oficyna Wydawnicza „Stopka", Łomża 2003.

[11] A. Żuk, *Porada prasowa – poradzić, poinformować czy zmanipulować?*, [w:] *Język – Styl – Gatunek. Katowickie spotkania doktorantów*, red. M. Kita, Wydawnictwo UŚ, Katowice 2009, s. 33–41.

[12] Por. E. Bulisz, *Gatunki paratekstowe w magazynie „Women's Health"*, [w:] *Media a wartości. Człowiek w mediach*, red. M. Gabryś-Sławińska, K. Pilipiuk, Wydawnictwo Podlaskiej Fundacji Wspierania Talentów, Biała Podlaska 2016, s. 34–49.

Artykuł jest próbą odpowiedzi na pytanie, jakie typy porady prasowej są realizowane w *lifestylowym* piśmie kobiecym „Women's Health"[13]. Opracowanie jest pomyślane jako kolejny krok w procesie charakteryzowania polimorficzności gatunkowej porady. Ze względu na ograniczone podobieństwa w sposobie opisu podjętej problematyki nie zawsze będę mogła porównać wnioski z analizy porad w dostępnej literaturze przedmiotu.

W swoich rozważaniach sięgam do modelu opisu gatunku Marii Wojtak[14]. Zaproponowany przez badaczkę czteroaspektowy schemat opisu gatunku wraz z koncepcją wariantywności wzorców gatunkowych pozwala nie tylko dookreślić status genologiczny porady prasowej, ale także jej gatunkowe odmiany.

W ogólnej charakterystyce porady prasowej odwołuję się do pojęcia *wzorca gatunkowego*, który za Wojtak ujmuję jako „zbiór reguł dookreślających najważniejsze poziomy organizacji gatunkowego schematu, relacje między poziomami i sposoby funkcjonowania owych poziomów"[15]. Zakres modyfikacji wzorca gatunkowego pozwala wyodrębnić trzy jego warianty, a więc *wzorca kanonicznego* oraz jego *wariantów alternacyjnych* i *adaptacyjnych*. Wśród podstawowych terminów porządkujących zaplecze interpretacyjne niniejszych badań należy zatem umieścić pojęcie *adaptacji gatunkowych* i *alternacji gatunkowych*. Adaptacje gatunkowe to „wszelkie pożyczki, czyli nawiązania do obcych schematów gatunkowych"[16], które w zależności od zakresu owych zapożyczeń mogą mieć charakter *adaptacji globalnych* lub *cząstkowych*. Natomiast alternacje gatunkowe to „ilościowe lub jakościowe przekształcenia wzorca kanonicznego"[17]. Jeśli modyfikacje są niewielkie, mówimy wówczas o *alternacjach płytkich*, natomiast jeśli są znaczne – o *alternacjach głębokich*.

Zgodnie z przyjętą optyką badawczą w analizach porad prasowych uwzględniam: *aspekt strukturalny*, a więc model kompozycyjny porady (podział na segmenty, relacje między nimi oraz inne reguły delimitacji tekstu), *aspekt pragmatyczny*, czyli różne uwikłania komunikacyjne (cel komunikatu, intencje nadawcy,

[13] Już w tym miejscu warto odnotować opracowanie poświęcone poradom z bliźniaczego magazynu adresowanego do mężczyzn: A. Dombrowski, *Porady w prasie męskiej i ich realizacje tekstowe na przykładzie czasopisma „Men's Health"*, [w:] *Język a media. Zjawiska komunikacyjne we współczesnych mediach*, red. B. Skowronek, E. Horyń, A. Walecka-Rynduch, Collegium Columbinum, Kraków 2015, s. 67–79.

[14] Pierwsze zręby modelu opisu gatunku według Marii Wojtak można odnaleźć w artykule: M. Wojtak, *Wyznaczniki gatunku wypowiedzi na przykładzie tekstów modlitewnych*, „Stylistyka" 1999, t. 8, s. 105–117.

[15] M. Wojtak, *Gatunki prasowe*, *op. cit.*, s. 16.

[16] Eadem, *Współczesne modlitewniki w oczach językoznawcy. Studium genologiczne*, Wydawnictwo Biblos, Tarnów 2011, s. 279.

[17] *Ibidem*.

relacje między odbiorcą a nadawcą), *aspekt poznawczy* – medialnie wyprofilowaną tematykę wypowiedzi i sposób jej ujęcia (prezentowany punkt widzenia, postulowana hierarchia wartości) oraz *aspekt stylistyczny*, czyli „wiązkę cech związanych ze strukturą, zdeterminowanych pragmatycznie i wyznaczonych przez genezę użytych środków”[18].

Do realizacji założonego celu analitycznego niezbędne jest przywołanie innych pojęć genologicznych, które pozwolą bliżej określić sposoby funkcjonowania porad w prasie kobiecej, takich jak *gatunek w formie kolekcji* czy *kolekcje gatunków*[19]. Są to terminy, które zaproponowała Wojtak do opisania schematów gatunkowych, te zaś mogą ukonkretniać się w realizacjach tekstowych jako: *mozaiki*, *kolaże*, *antologie*, *sylwy* czy *serie*[20]. Kategorie, które pozwalają identyfikować wymienione zbiory tekstów, układają się opozycyjnie:

- jednogatunkowość/wielogatunkowość;
- jednogłosowość/wielogłosowość;
- monointencyjność/poliintencyjność;
- monotematyczność/politematyczność.
- przestrzenne rozplanowanie/układ tekstów przypadkowy;
- wizualizacja/brak graficznych odniesień[21].

Przed przystąpieniem do analizy zebranego materiału badawczego[22] warto scharakteryzować sygnały gatunkowe porady i przypomnieć ustalenia dotyczące tego gatunku, jakie przynosi literatura przedmiotu. We wspomnianej już *Encyklopedii wiedzy o prasie* porada prasowa jest definiowana jako „wypowiedź opublikowana w prasie w celu pouczenia czytelnika, udzielenia mu wskazówek w sprawach najczęściej praktycznych”[23]. Głównym wyznacznikiem gatunkowym wypowiedzi poradnikowych jest aspekt pragmatyczny, który należy uznać za „nadrzędny w sto-

[18] *Ibidem*, s. 20.

[19] M. Wojtak, *Gatunek w formie kolekcji a kolekcja gatunków*, [w:] „Poznańskie Spotkania Językoznawcze”, t. 15, red. Z. Krążyńska, Z. Zagórski, Wydawnictwo Poznańskie Studia Polonistyczne, Poznań 2006, s. 143–153.

[20] Ze względu na ograniczone rozmiary niniejszego artykułu odsyłam do opracowań źródłowych: M. Wojtak, *Osobliwe byty gatunkowe i tekstowe w ich uwikłaniach komunikacyjnych*, [w:] *Gatunki mowy i ich ewolucja*, t. 4: *Gatunek a komunikacja społeczna*, red. D. Ostaszewska, J. Przyklenk, Wydawnictwo UŚ, Katowice 2011, s. 44–56; eadem, *Kolaże tekstowe jako forma komunikacji publicystycznej*, [w:] *Studia Językoznawcze*, t. 2: *Synchroniczne i diachroniczne aspekty badań polszczyzny*, Wydawnictwo Naukowe USz, Szczecin 2003, s. 9–27.

[21] M. Wojtak, *Osobliwe byty gatunkowe…*, *op. cit.*, s. 47–49.

[22] Poddany analizie materiał badawczy obejmuje wszystkie numery „Women's Health” opublikowane w 2015 roku (łącznie 12 numerów). Czasopismo posiada 17 edycji w 27 krajach. Pierwszy numer polskojęzyczny ukazał się 26 kwietnia 2013 roku.

[23] *Encyklopedia wiedzy o prasie*, *op. cit.*, s. 166.

sunku do perspektywy strukturalnej, semantycznej czy też stylistycznej"[24]. Poradę prasową „należy traktować jako gatunek o prymarnej funkcji perswazyjnej"[25]. Jak zauważa Artur Rejter, jądro wzorca gatunkowego porady zawiera się w akcie porady/rady. Badacz, sięgając do koncepcji Anny Wierzbickiej, dokonał rekonstrukcji modelu aktu porady/rady:

mówię: *zrób coś w jakiś sposób*
myślę: *chcesz to wiedzieć, a ja wiem, jak to zrobić*
myślę: *wiesz, że gdy to mówię, chcę ci pomóc*
myślę: *nie musisz robić tak, jak mówię*[26].

Porady prasowe, zgodnie z klasyfikacją aktów mowy Johna Searle'a, są dyrektywami – aktami nakłaniającymi odbiorcę do nabywania lub zmiany przekonań, a także podjęcia określonego działania. W kontekście aspektu strukturalnego i stylistycznego status genologiczny porady prasowej pozostaje wciąż nieokreślony. Agata Żuk uznaje ją za „jedną z odmian gatunku listu do redakcji"[27]. Joanna Smól wyróżnia dwie odmiany kanonicznego wzorca gatunkowego porady prasowej: w postaci porady stowarzyszonej z listem do redakcji oraz autonomicznej, czyli niezwiązanej z listem[28]. Redukcja listu, w moim przekonaniu, jest przykładem głębokiej alternacji ilościowej. Redaktorzy chętnie zamieniają długą wypowiedź o charakterze epistolarnym na krótkie pytanie lub sygnał. Taka wymiana komponentów służy nie tylko ekonomizacji przekazu, ale także sprzyja dalszym metamorfozom gatunkowym.

Czas powrócić do tezy o adaptacyjnym charakterze porady prasowej jako gatunku wypowiedzi. Dotychczasowe analizy prasy poradnikowej pozwalają na wyodrębnienie: (1) porady w formie poczty redakcyjnej (uznajmy ją za poradę klasyczną, dość dobrze już, jak pokazywałam, opisaną); (2) następujących odmian gatunkowych porady, które powstały w efekcie adaptacji globalnych i cząstkowych tradycyjnych gatunków prasowych:

- porada w formie sygnału;
- porada w formie wzmianki;
- porada w formie notatki;
- porada w formie wiadomości;

[24] J. Smól, *Wzorzec gatunkowy porady prasowej…*, *op. cit.*, s. 227.

[25] Eadem, *Lingwistyka tekstu i teoria dyskursu medialnego w analizie porad prasowych*, [w:] *Współczesne nurty badawcze młodych naukowców*, red. D. Czajkowska-Ziobrowska, M. Gwoździcka-Piotrowska, Instytut Naukowo-Wydawniczy MAIUSCULA, Poznań 2010, s. 263.

[26] A. Rejter, *op. cit.*, s. 247.

[27] A. Żuk, *op. cit.*, s. 33.

[28] J. Smól, *Wzorzec gatunkowy porady prasowej…*, *op. cit.*, s. 229, 233.

- porada w formie wywiadu (z ekspertem, specjalistą);
- porada w formie infografiki[29].

Zaproponowana systematyzacja form poradnictwa prasowego jest próbą uporządkowania wypowiedzi medialnych, które „wykazują się różnym stopniem rodzinnego podobieństwa, a ponadto oglądane z różnych punktów widzenia, zyskują w oczach genologa różny stopień autonomiczności”[30].

Prasowe formy poradnikowe można odnaleźć, poza prasą anonsowaną jako poradnikowa, także w magazynach *lifestylowych*. Odbiegają one jednak od form poradnictwa spokrewnionego z wybranymi gatunkami dziennikarskimi. O poradnikowym charakterze analizowanych tekstów świadczy bowiem przede wszystkim oddawanie głosu ekspertom, którzy na łamach miesięcznika doradzają czytelniczkom, jak prowadzić zdrowy (i modny) styl życia[31].

Prezentacje specjalistów doradzających na łamach „Women's Health”, ulokowane na oddzielnej stronie zamieszczonej na początku pisma (zaraz po spisie treści i edytorialu), sygnalizują ważność poradnictwa i jego profesjonalizm. Wizerunki ekspertów układają się szablonowo, gdyż zawierają najważniejsze dane: imię i nazwisko eksperta, określenie dyscypliny, którą dana osoba zajmuje się zawodowo, przynależność do instytucji oraz zapowiedź porad udzielanych w danym numerze[32]. Zbiór tych tekstów uzyskuje zatem podwójny status gatunkowy – funkcjonują jako zapowiedzi w grupie wymienionych gatunków anonsujących (spis treści, edytorial) oraz jako składniki porad (mogą być nawet uznane za ich parateksty).

Ze względu na wykonywaną profesję, eksperci współpracujący z magazynem „Women's Health” to kosmetolodzy, dermatolodzy, dietetycy, psycholodzy, chirurdzy i lekarze medycyny estetycznej, stomatolodzy, styliści, wizażyści, trenerzy personalni, choreografowie, terapeuci i *coache*. Dobór specjalistów pozwala wyodrębnić kręgi tematyczne, do których odnoszą się porady. Treść czasopisma została zawężona do powiadamiania o trendach i nowościach w pielęgnacji urody, odżywianiu, aktywności fizycznej oraz psychologii i motywacji. Czasopismo

[29] Szczegółowe analizy wymienionych porad można odnaleźć w artykułach: E. Bulisz, *Poradnictwo we współczesnej prasie kobiecej…*, *op. cit.*, s. 72–82; E. Bulisz, *Redukcjonizm genologiczny we współczesnej prasie poradnikowej dla kobiet*, „Stylistyka” 2014, t. 23, s. 397–414.

[30] M. Wojtak, *Genologia tekstów użytkowych*, „Postscriptum” 2004/2005, nr 2/1 (48–49), s. 162.

[31] W analogiczny sposób prowadzi się poradnictwo w prasie przeznaczonej dla mężczyzn. Por. A. Dombrowski, *Porady w prasie męskiej…*, *op. cit.*, s. 75. Niektóre osoby występują w eksperckiej roli zarówno w „Women's Health”, jak i w „Men's Health”.

[32] Sposoby przedstawiania specjalistów w kobiecej prasie poradnikowej przedstawił Adam Dombrowski w artykule *Determinanty gatunkowe i stylistyczne porad medycznych w czasopismach dla kobiet*, „Prace Językoznawcze UWM” 2015, nr 5–19, s. 14.

propaguje nowoczesny styl życia, którego celem jest osiągnięcie idealnego wyglądu zewnętrznego, co ma zapewnić satysfakcję zarówno w życiu osobistym, jak i zawodowym.


NASI EKSPERCI

Anna Sołtys
Kosmetolog, wieloletni specjalista kosmetyki i kosmetologii medycznej. Radzi, co zrobić, by jak najlepiej wykorzystać czas podczas zabiegu kosmetycznego. s. 116

Aneta Łańcuchowska
Założycielka oraz główny dietetyk w Poradni Dietetycznej „hälsa". W tym numerze tłumaczy, co pić, żeby skutecznie nawodnić organizm. s. 10

Violetta Nowacka
Psycholog, terapeuta, szefowa poradni SELF Przyjazne Terapie w Poznaniu. Tłumaczy, jak dobrze wypaść podczas burzy mózgów. s. 127

dr Marek Szołtysik
Dietetyk z Wydziału Nauk o Żywności Uniwersytetu Przyrodniczego we Wrocławiu. Tłumaczy, dlaczego warto pić krowie mleko i podpowiada, które jest najlepsze. s. 98

Tadeusz Stefaniak
Profesor nadzwyczajny wrocławskiej AWF. Trener I klasy kulturystyki. W tym numerze radzi, co zrobić, żeby uniknąć bolesnej kolki. s. 11

dr Robert Starzec
Chirurg z II stopniem specjalizacji, dyrektor należącego do Grupy EMC szpitala św. Anny w Piasecznie. Współredaguje dział Zdrowie Men's Health i Women's Health.

Ryc. 1. *Nasi eksperci*, „Women's Health” 2015, nr 5 (13), s. 8

W wizytówkach ekspertów pojawiają się zapowiedzi tekstów wewnątrz gazety w postaci formuły odsyłającej do konkretnej strony oraz powtarzających się konstrukcji zdaniowych: *w tym numerze tłumaczy…*; *pokazuje, jak zrobić…*; *podpowiada, jak…*; *wyjaśnia, czym jest…* (1–2/2015, s. 8); *w tym numerze konsultuje wątpliwości dotyczące…*; *w tym numerze podpowiada, jak prawidłowo…* (3/2015, s. 8); *Czytelniczkom WH podaje przepis, jak idealnie…* (4/2015, s. 8); *radzi, co zrobić, by jak najlepiej…*; *tłumaczy, dlaczego warto…*; *w tym numerze radzi, co*

zrobić, żeby uniknąć… (5/2015, s. 8); *w tym numerze pomaga odpowiedzieć na pytanie…*; *przeczytaj jej porady, jak dbać o…* (6/2015, s. 9); *podpowiada…*; *czytelniczkom WH zdradza…* (9/2015, s. 10); *wyjaśnia, w jaki sposób działają…*; *w tym numerze tłumaczy*, *dlaczego warto stosować…* (7–8/2015, s. 8); *w tym numerze objaśnia nowe trendy w…*; *tłumaczy, co zrobić gdy…*; *wyjaśnia jak najlepiej…*; *tłumaczy, na czym polega…*; *opowiada, co zmienić, gdy…* (10/2015, s. 10); *w tym numerze WH tłumaczy, w jaki sposób należy właściwie dbać o…*; *komentuje w tym wydaniu WH…*; *podaje przepis…*; *opowiada, jak dostarczyć…*; *w tym numerze radzi, jak zadbać o…* (12/2015, s. 12).

Przywołane teksty anonsują różne gatunki wypowiedzi, które ukonkretniają się jako: odpowiedzi na listy czytelniczek, infografiki lub składniki większej całości (przybierają wówczas formę wzmianek lub notatek). Najczęściej jednak głosy ekspertów uzupełniają komunikat przygotowany przez redakcję, dzięki czemu realizacje tekstowe stają się wielogłosowe i wielostylowe:

> Perspektywa podmiotowa, mieszanie porządków ról komunikacyjnych (wielu nadawców w tekście prymarnie monologowym) i ról społecznych – to podstawowe sposoby uatrakcyjnienia współczesnych przekazów prasowych[33].

Łączenie głosu redakcji i głosów ekspertów nie tylko sprawia, że tekst jest ciekawszy, ale także, co ważne w przypadku porad, nadaje im profesjonalny charakter. Aby przybliżyć przedstawione tezy, przywołam fragmenty konkretnej realizacji:

Wizytówka eksperta:	Agnieszka Piskała Specjalistka do spraw żywienia. W tym numerze pomaga odpowiedzieć na pytanie, czy dziedziczymy figurę po matce. s. 100 (6/2016, s. 8)
Tytuł działu:	Zdrowie
Tytuł główny:	FIGURA PRZEKAZANA W DNA
Lid:	Od zawsze słyszałaś, że Ty i mama jesteście jak dwie krople wody, że skóra zdjęta, że wyglądasz jak jej kopia […].
Autor tekstu:	Katarzyna Górna-Drzewosz
Tekst właściwy:	Jednym z milszych wspomnień Basi z dzieciństwa jest pieczenie ciast z mamą. Krzątały się w kuchni odziane w fartuszki, zlizując śmietankowy krem z drewnianych łyżek. Mama długo wyglądała jak jej starsza siostra. Niestety z czasem zaczęła nabierać kształtów […]. Próbując sobie wyobrazić, jak będziesz wyglądać za 20 lat, pomyśl o czymś więcej jak tylko o sylwetce swojej mamy.

[33] M. Wojtak, *Głosy z teraźniejszości. O języku współczesnej polskiej prasy*, Wydawnictwo WSPA, Lublin 2010, s. 30.

Głos eksperta: „*Badania pokazują, że wpływ na rozwój otyłości w 17% mają geny, a w 60% nawyki żywieniowe"* – podkreśla dietetyczka Agnieszka Piskała. (6/2015, s. 100–103)

W tekście wielokrotnie pojawia się głos eksperta: *mówi specjalistka odżywiania*; *mówi Piskała*. Wypowiedzi specjalisty zostają wyróżnione przez użycie kursywy, co ma sugerować, że zostały one przywołane w niezmienionej formie. Poza zapowiadanym ekspertem w komunikacie można także znaleźć głosy innych fachowców: „*przybieranie na wadze należy postrzegać jako proces psychologiczny* – mówi epidemiolożka prof. Kari E. North z University od North"; „*Nastolatki, które systematycznie trenowały, w dorosłym życiu miały mniej kobiece kształty niż ich matki w tym samym wieku, które w liceum nie ćwiczyły* – mówi dr Cassandra Forsythe, współpracująca z amerykańskim Women's Health". Ponadto autorka tekstu parafrazuje wypowiedzi innych ekspertów („Prof., Leann L. Birch z Penn State University przestrzega, że…"), które układają się w teksty satelickie wokół korpusu. Tekst główny przybiera kształt wiadomości z wyraźnie wyodrębnionym tytułem głównym, lidem i korpusem, któremu towarzyszą wyimki oraz wzmianki seryjne, zwieńczone wspólnym globalnym celem oraz ramą kompozycyjną. Współwystępowanie innych składników w analizowanym tekście sprawia, że mamy do czynienia z przykładem wielogłosowego i wielostylowego kolażu monotematycznego. Dzięki temu cały komunikat zyskuje żywy i dynamiczny charakter.

Porady w funkcji zapowiedzi, anonsujące inne teksty, występują w formie wzmianek seryjnych w towarzystwie edytorialu redaktor naczelnej[34]. Cyklicznie w każdym numerze publikowane są cztery porady adaptujące strukturę wzmianek, poprzedzone urwanym komunikatem: *Jeśli masz…*, po którym występują wyróżnione graficznie przedziały czasowe, sprawiające wrażenie tytułów: *20 sekund*, *1 minutę*, *2 minuty*, *20 minut* (4/2015, s. 6). Zgrupowane komunikaty sygnowane są wspólnym tytułem serii: „Czas na zmiany". Są to powtarzalne układy strukturalne, których szablonowość utrwalona jest przez czas potrzebny do realizacji wskazanej rady.

CZAS NA ZMIANY
Jeśli masz…
30 SEKUND
Zrób rano w łazience najprostsze badanie – przyjrzyj się swojemu siku. Jego kolor może być pierwszym sygnałem, że Twoja wątroba lub nerki zaczynają szwankować, **s. 82.**
2 MINUTY
Zrób sama świąteczny peeling: szklankę brązowego cukru zmieszaj z 1/2 szklanki oleju z orzechów włoskich i łyżeczką cynamonu. Trzymaj w szczelnie zamkniętym słoiku w łazience

[34] Od pierwszego numeru redaktorką naczelną „Women's Health" jest Aneta Martynów.

i używaj 1–2 razy w tygodniu. Twoja skóra będzie gładka, cudownie miękka i pachnąca świątecznym ciastem, **s. 50.**

30 MINUT

Zrób sobie owsiankę z amarantusa i mango. Nie dość, że obłędnie smaczna i zdrowa, to jeszcze jest bombą witaminy A. Twoja cera i włosy szybko Ci za nią podziękują, **s. 40.**

Przywołane powyżej komunikaty pełnią funkcję rady (*zrób*, *używaj*), ale towarzyszący im odsyłacz do konkretnej strony zachęca także do lektury innego tekstu wewnątrz gazety. Komunikatom o kształcie wzmianek przypada zatem funkcja typowa dla porady oraz funkcja anonsowania, czyli odsyłania do innego komunikatu[35].

W „Women's Health" porady układają się także w kolekcje gatunkowe, które ukonkretniają się jako mozaiki. Najczęściej na kształt mozaikowej struktury składają się wzmianki. Są to jednogłosowe wypowiedzi, których autorstwo przypisuje się redakcji magazynu. Zachowują one jedność poznawczą, tzn. są ograniczone do wybranego obszaru tematycznego.

Mozaikowe konstrukcje w analizowanym magazynie występują w dziale zatytułowanym „Espresso", który dzieli się na następujące kręgi tematyczne:

- „Espresso" DIETA / POŁĄCZ TO / WAGA W DÓŁ / 1500 KCAL
- „Espresso" URODA
- „Espresso" TRENING / FITNESS
- „Espresso" MÓZG
- „Espresso" ZDROWE
- „Espresso" SEKS
- „Espresso" CO SIĘ DZIEJE, GDY…

Nazwa działu „Espresso" w obrazowy i sugestywny sposób oddaje intencje redakcji. Chodzi bowiem o przekazanie w krótkich komunikatach konkretnych porad. Zbiory porad w formie wzmianek poświęcone są wybranej tematyce, oscylującej wokół zdrowia, racjonalnego żywienia, sportu, partnerstwa i kariery zawodowej. Zwykle towarzyszą im bogate nawiązania wizualizowane w postaci fotografii. Podstawowym budulcem wszystkich działów „Espresso" są wzmianki, poza jednym działem „Espresso" CO SIĘ DZIEJE, GDY…, który przyjmuje formę infografiki. Najłatwiej pokazać strukturalne ukształtowanie opisywanych realizacji mozaikowych za pomocą konkretnych przykładów (zob. ryc. 2, 3).

Mozaiki, ze względu na swój jednogłosowy charakter (oddawanie głosu tylko redakcji), uzyskują profesjonalizm przez liczne odwoływania do zagranicznych

[35] Mechanizmy adaptacyjne wzmianki zostały opisane przez Wojtak. Zob. M. Wojtak, *Wzmianka do zadań specjalnych*, „Media. Kultura. Społeczeństwo", t. 2: *Prasa – teoria i praktyka*, Wydawnictwo AHE, Łódź 2007, s. 7–17.



WAGA W DÓŁ/ Espresso

8

– kettlebelle o wadze tylu kilogramów rekomendują kobietom do treningu specjaliści z American Council on Excersize. Najlepszym ćwiczeniem, które możesz z nim zrobić, jest swing (sprawdź na naszej stronie www jak go wykonać). Angażuje większość partii mięśniowych i pozwala spalić sporo kalorii. W tym wypadku bez skrupułów zachęcamy Cię do swingowania.

Z kości na ości

Nowa dieta nordycka podkreśla znaczenie ryb oraz sezonowej, nieprzetworzonej i regionalnej żywności.

Naukowcy z uniwersytetu w Kopenhadze porównali wpływ na odchudzanie typowej duńskiej diety, pełnej m.in. mięsa, z nowym planem dietetycznym, w którym w dużej części mięso zastąpiły ryby. Ta druga okazała się ponad trzy razy skuteczniejsza. Wygląda na to, że określenie gruba ryba trzeba będzie wkrótce odstawić do lamusa.

Dzięki kofeinie spalisz więcej kalorii.

AROMATYCZNE PRZYSPIESZENIE

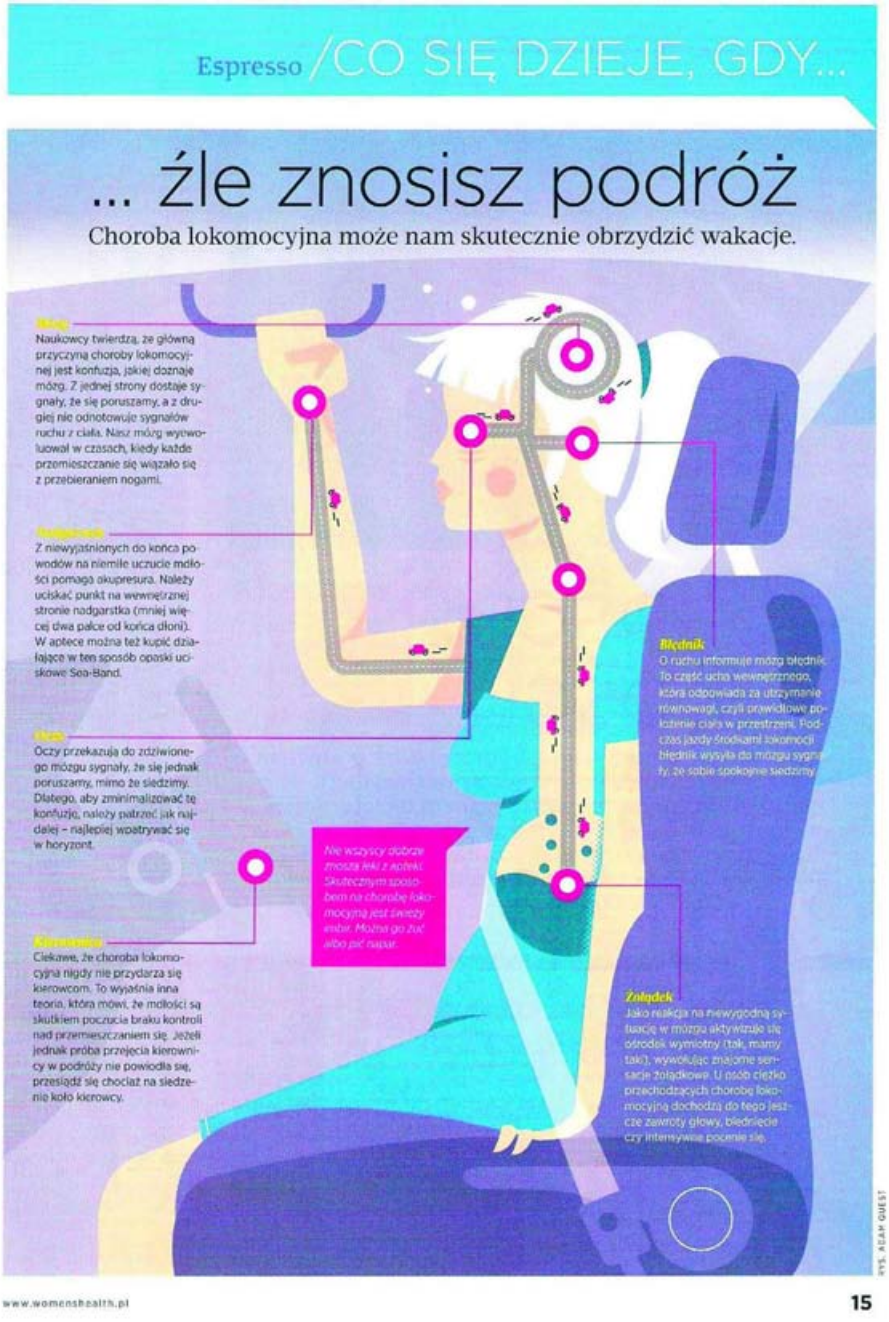
Filiżanka kawy przed treningiem może sprawić, że spalisz potem więcej kalorii. „International Journal of Sport Nutrition and Excersize Metabolism" podaje wyniki badań, z których wynika, że kolarze, którzy wypili kawę na godzinę przed treningiem, przyspieszyli metabolizm, dzięki czemu spalili potem o 15% kalorii więcej niż zwykle. Do osiągnięcia takiego efektu potrzebna była dawka 270 mg kofeiny. Znajdziesz ją np. w dwóch podwójnych espresso.

Mniej węglowodanów

Na łamach „Annals of Internal Medicine" porównano wpływ na odchudzanie diety niskowęglowodanowej (poniżej 40 g dziennie) z niskotłuszczową (poniżej 30% kcal z tłuszczu). Po roku w grupie stosującej tę pierwszą zaobserwowano większy spadek wagi (5,4 kg wobec 1,8 kg), tkanki tłuszczowej i poziomu cholesterolu niż w drugiej. Te rezultaty powtierdza metaanaliza podsumowująca aż 48 różnych badań porównujących skuteczność tych diet, choć tam różnica nie jest bardzo znacząca: średnio 8,73 kg wobec 7,99 kg w okresie pół roku. My praktycznie tłumaczymy to tak: niepotrzebnych kalorii szukaj raczej w słodyczach i pieczywie niż w orzechach czy tłustych rybach.

FOT. GETTY IMAGES, MYCHANDEL

Ryc. 2. „Espresso” WAGA W DÓŁ, „Women's Health” 2015, nr 3, s. 16



Ryc. 3. „Espresso" CO SIĘ DZIEJE, GDY…, „Women's Health" 2015, nr 3, s. 15

badań naukowych lub do przywoływania wniosków opublikowanych w czasopismach specjalistycznych. W ten sposób redakcja „rekompensuje" brak głosu eksperta:

[1] Naukowcy z uniwersytetu w Kopenhadze porównali wpływ…
[2] „International Journal of Sport Nutrition and Exercise Metabolism" podaje wyniki badań, z których wynika, że…
[3] Na łamach „Annals od Internal Medicine" porównano…
[4] rekomendują …specjaliści z American Council on Exercise. (3/2015, s. 15)

W tym przypadku autorytetem jest czasopismo naukowe i instytucja badawcza (najczęściej zagraniczny uniwersytet i czasopismo o anglojęzycznym tytule). Głos redakcji uwyraźnia się w sugestywnych wypowiedziach:

[5] W tym wypadku bez skrupułów zachęcamy Cię do…
[6] My praktycznie tłumaczymy to tak:… (3/2015, s. 15)

Drugi przykład mozaikowej konstrukcji tworzą porady w formie infografiki. Ich podstawowym budulcem w analizowanej prasie są także komunikaty o kształcie wzmianek.

Infografika jako gatunek bliższy komunikacji wizualnej rozwinął się w Polsce po 1989 r. Wtedy to dla graficznego urozmaicenia tekstu zaczęto stosować obrazowe sposoby przekazu informacji dla szybszej i lepszej percepcji danych statystycznych zawartych w tekstach dziennikarskich[36].

Obecnie w prasie kobiecej infografika nie stanowi wyłącznie satelickiego komponentu większej sekwencyjnie skomponowanej całości, a raczej staje się autonomicznym gatunkiem. Przejrzysta i czytelna grafika z krótkimi wzmiankami pozwala szybciej przyswoić odbiorcy przygotowane przez redakcję porady. Prasowa wizualizacja porad w formie infografiki urozmaica gatunkowy pejzaż prasy kobiecej, czyniąc z niej lekturę bardziej atrakcyjną i dostosowaną do oczekiwań czytelniczek pisma.

W analizowanym magazynie komunikaty poradnikowe mogą układać się z pozoru w sposób zupełnie przypadkowy. Takie realizacje tekstowe Wojtak określa sylwami. Identyfikacji sylw służą następujące kategorie: wielogatunkowość, wielogłosowość, wielostylowość, wielofunkcyjność oraz wielotematyczność. Utrwaloną i cyklicznie powtarzaną w analizowanym magazynie sylwą jest kolekcja gatunków zwieńczona wspólnym tytułem: „Osobisty trener". Imituje ona wewnętrzną gazetkę. Na całość składają się różne gatunki: porady w formie wiadomości (z wyraźnie

[36] K. Wolny-Zmorzyński, A. Kaliszewski, *Gatunki informacyjne*, [w:] *Prasowe gatunki dziennikarskie*, red. K. Wolny-Zmorzyński, A. Kaliszewski, J. Snopek, W. Furman, Wydawnictwo Poltext, Warszawa 2014, s. 56.

wyodrębnionym tytułem, lidem, korpusem, często rozbudowane o inne segmenty), seryjne wzmianki i notatki, reklamy, komentarze celebrytów i ekspertów, instrukcje ćwiczeń oraz sylwetki czytelniczek, a wszystko zostaje urozmaicone bogatym materiałem ikonograficznym. Mechanizm ten dotyczy tekstów o charakterze hybrydowym (o funkcjach poradnikowych, informacyjnych i reklamowych). Obejmują one wszystkie kręgi tematyczne typowe dla analizowanego pisma, czyli dietę, zdrowie, aktywność fizyczną oraz reklamy akcesoriów sportowych. Kolaże i mozaiki frekwencyjnie dominują nad sylwami w analizowanym piśmie, ale warto zaznaczyć, że realizacje sylwiczne także występują na łamach „Women's Health".

Nie sposób w tak krótkim opracowaniu, jakim jest artykuł, omówić wszystkie układy, w jakie wchodzą porady prasowe. Dalsze analizy ograniczę zatem do prezentacji realizacji tekstowych, które są przykładami realizacji porady prasowej w formie poczty redakcyjnej.

Dział otwierający magazyn „Women's Health", zatytułowany „Zapytaj WH na facebook.pl"[37], jest zbiorem różnych pytań z prośbą o radę i odpowiedzi, których udziela redakcja „Women's Health" (świadczy o tym poprzedzenie porady skrótem WH). Redakcja jednak chętnie wykorzystuje głosy specjalistów, które w tekście zostają wyróżnione kursywą lub bywają zapisane w cudzysłowie. Odwołajmy się do konkretnego przykładu z 11. numeru z 2015 roku.

[7] **?** *Czy owoce i warzywa, które kupuję na straganie, powinnam myć w jakiś inny sposób niż te, które przynoszę z supermarketu?*

WH: Niezależnie, gdzie kupujesz owoce i warzywa, oraz jaki jest ich kraj pochodzenia – musisz je myć starannie. Badacze z University of Arizona wykazali bowiem, że w 12% toreb, z którymi przychodzisz z zakupów, znajdują się bakterie E. coli. Aby się ich pozbyć, możesz zastosować ekologiczny płyn do mycia, w którego skład wchodzi kwasek cytrynowy lub kwas jabłkowy. Albo wlać do dużego garnka z wodą pół szklanki octu i w ten sposób oczyścić kupione produkty. Pamiętaj tylko, aby przed zaserwowaniem opłukać je jeszcze raz pod bieżącą wodą.

[8] **?** *Często bolą mnie plecy. Jak w takim razie mam trenować brzuch?*

WH: Ból pleców może wywoływać kilka czynników. Niewłaściwe ukształtowanie krzywizn kręgosłupa, nadwaga, zmiany zwyrodnieniowe, a nawet dolegliwości narządów wewnętrznych (np. nerek). „*Jeżeli nie masz żadnych przeciwwskazań do ćwiczeń, pamiętaj, aby w trakcie treningu brzucha odcinek lędźwiowy stale przylegał do podłoża*" – mówi profesor Tadeusz Stefaniak z Akademii Wychowania Fizycznego we Wrocławiu. – „*Podobnie z nogami. Zegnij je w kolanach w taki sposób, żeby stopy ciągle były oparte o ziemię*". W trakcie ćwiczeń unoś jedynie głowę i barki […]. Pamiętaj także, aby […].

[37] Redakcja sugestywnym tytułem działu: „Zapytaj WH na Facebook.pl", zachęca czytelniczki do zadawania pytań przez media społecznościowe (w tym przypadku Facebook – znak współczesnych przemian kulturowych i komunikacyjnych). Nie sposób ustalić, czy rzeczywiście czytelniczki za pośrednictwem portalu społecznościowego wysyłają listy z prośbą o poradę. *Fanpage* „Women's Health" nie zawiera takich komunikatów. Dział „Zapytaj WH na Facebook.pl" może być przykładem dziennikarskiej kreacji. Zob. oficjalną stronę magazynu na portalu Facebook: https://www.facebook.com/WomensHealthPolska/about/.

[9] **?** *Nie mam skazy białkowej, ale słyszałam, że po 30. roku życia powinno się ograniczyć spożycie mleka i serów. To prawda?*

WH: „Mleko jest jednym z najsilniejszych alergenów" – zauważa dr Patrycja Szachta z Centrum Medycznego VitaImmun w Poznaniu. – *Uważa się, że nawet 5–15% noworodków* […].
(11/2015, s. 8)

Redaktorzy, chcąc w niebanalny sposób przyciągnąć uwagę czytelników, początek zdania poprzedzają znakiem zapytania, którego obligatoryjnym miejscem jest koniec zdania. Jest to przejaw kreatywności redaktorskiej i zabawy, która polega na łamaniu utrwalonych konwencji. Struktura kanonicznego modelu listu do redakcji[38] uległa modyfikacji. Mechanizm redukcji (alternacja ilościowa) sprawia, że prośba o radę została ograniczona do jednego pytania. Nie wiemy także, kto jest nadawcą listu, gdyż brakuje informacji identyfikujących daną osobę. Końcówki fleksyjne czasowników (np. *powinnam*) „zdradzają", że autorem listu jest kobieta. Brak imienia lub innego sposobu identyfikacji nadawcy wskazującego konkretną osobę jest kolejnym przykładem zmian ilościowych.

Odpowiedź redakcji zyskuje bardziej rozbudowaną strukturę. Najważniejsze fragmenty odpowiedzi zostają wyróżnione żółtym kolorem. Tematykę porad (odpowiedzi redakcji) ogranicza się do propagowania aktywności fizycznej oraz racjonalnego sposobu odżywiania. Powiadomienia promujące zdrowy styl życia mieszają się z doradzaniem. Zdarzają się profesjonalizmy, czego potwierdzeniem jest czerpanie specjalistycznej terminologii z rejestru naukowego: *krzywizny kręgosłupa*, *nadwaga*, *zmiany zwyrodnieniowe*, *dolegliwości narządów wewnętrznych*, *skaza białkowa*, *alergeny*[39]. Medialna wypowiedź tworzy wielogłosowy i wielostylowy kolaż[40], w którym budowana jest komunikacja z dopuszczeniem głosów zewnętrznych[41] (cytowanie lub parafrazowanie wypowiedzi autorytetów w danej kwestii, między innymi profesora Tadeusza Stefaniaka czy doktor Patrycji Szachty).

[38] O poetyce listu do redakcji zob. M. Wojtak, *Stylistyka listów do redakcji na przykładzie poczty miesięcznika „bikeBoard"*, [w:] *Synchroniczne i diachroniczne aspekty badań polszczyzny*, t. 8, red. M. Białoskórska, L. Mariak, Wydawnictwo Naukowe USz, Szczecin 2002, s. 195–214. Warto zaznaczyć, że nie wszystkie listy do redakcji są traktowane jako składniki poradnictwa. W niektórych pismach funkcjonują jako zbiory refleksji czytelników na ważny temat. Specjalnie redakcyjnie się je wtedy przekształca, pozbawiając sygnałów przynależności do kategorii klasycznych wypowiedzi epistolograficznych.

[39] „Stanisław Gajda uważa poradnik za gatunek naukowy" za: E. Ficek, *op. cit.*, s. 63.

[40] Kolaż „oznacza składankę gatunków czy typów wypowiedzi, posługiwanie się cudzym głosem i wielostylowość przekazu", więcej zob. M. Wojtak, *Kolaże tekstowe…*, *op. cit.*, s. 9–27.

[41] Maria Wojtak do interpretacji komunikatów medialnych zaproponowała kategorię głosów, które rozumie jako „ukształtowane pod względem pragmatycznym […] oraz językowym (stylistycznym) wypowiedzi […], współtworzące polimorficzność przekazu: M. Wojtak, *Głosy z teraźniejszości…*, *op. cit.*, s. 9.

Sięgając do ustaleń Adama Dombrowskiego, który dokonał analizy bogatego materiału poczty redakcyjnej, ukazującej się w piśmie adresowanym do mężczyzn „Men's Health", można dokonać pobieżnego porównania dwóch bliźniaczych wersji magazynów. Różnice pomiędzy miesięcznikami uwyraźniają się głównie w aspekcie pragmatycznym.

Tab. 1. Porównanie konwencji porad w „Men's Health" oraz „Women's Health"

Wybrana kategoria opisu	„Men's Health"	„Women's Health"
Tytuł działu	„Zapytaj MH"	„Zapytaj WH NA FACEBOOK.PL"
Aspekt strukturalny	Trzy główne segmenty: • tytuł rubryki • list z prośbą o radę w formie pojedynczego pytania • odpowiedź	
	wyróżnienie ważniejszych fragmentów odpowiedzi żółtym kolorem	
Aspekt pragmatyczny	identyfikacja nadawcy listu, np. *Kuba E.*, *Michał C.*	brak wskazania nadawcy listu
	końcówki fleksyjne wskazują, że autorem listu jest mężczyzna	końcówki fleksyjne wskazują, że autorem listu jest kobieta
	identyfikacja nadawcy porady, np. *prof. Tadeusz Stefaniak*	brak podpisu identyfikującego nadawcę pod udzieloną poradą
	nadawcą odpowiedzi jest specjalista	nadawcą odpowiedzi jest w domyśle redakcja
Aspekt poznawczy	poruszana jest tematyka zdrowia i aktywności fizycznej	
	obraz świata jest profilowany z punktu widzenia mężczyzny	obraz świata jest profilowany z punktu widzenia kobiety
Aspekt stylistyczny	jednogłosowość	wielogłosowość (oddawanie głosu specjalistom przez przywołanie fragmentów wypowiedzi)
	„kumpelski" i żartobliwy ton wypowiedzi	„przyjacielski" ton wypowiedzi
	słownictwo potoczne leksyka specjalistyczna dostosowana do tematyki porady	

Źródło: Opracowanie na podstawie badań własnych i artykułu: A. Dombrowski, *Porady w prasie męskiej i ich realizacje tekstowe na przykładzie czasopisma „Men's Health"*, [w:] *Język a media. Zjawiska komunikacyjne we współczesnych mediach*, red. B. Skowronek, E. Horyń, A. Walecka-Rynduch, Collegium Columbinum, Kraków 2015, s. 71–77.

Rozbieżności w aspekcie poznawczym pomiędzy magazynami wynikają z profilowania innego obrazu świata przez pisma oraz kreowania odmiennych wzorców kobiecości i męskości – te kwestie wymagają jednak oddzielnego omówienia.

W obu wersjach czasopism funkcjonuje stały dział porad poświęcony relacjom damsko-męskim, których udziela ten sam autor, nazwany – Barman Józek. Występuje on jako przedstawiciel mężczyzn i autorytet w ich gronie: *Barman Józek od lat cierpliwie słucha i doradza facetom* („Women's Health"); *Pan*

Józek wie wszystko o sprawach, które dręczą facetów („Men's Health"). Oto reprezentacyjny przykład zaczerpnięty z wersji pisma dla kobiet:

KUMPEL Z MH
Barman Józek od lat cierpliwie słucha i doradza facetom

Taki drobiazg niby, ale trochę wkurzający jak cholera. Chciałybyśmy się dowiedzieć (bo nie jest to tylko moje pytanie), dlaczego będąc z nami w związku i w naszym towarzystwie, oglądacie się za innymi dziewczynami. Mniej lub bardziej dyskretnie, ale robicie to. Obcinacie je wzrokiem, taksujecie, łapiecie, gapicie się – nazywajcie to, jak chcecie, ale fakt pozostaje faktem. Jeżeli myślicie, że my tego nie zauważamy, jesteście w grubym błędzie. Nie jest to specjalnie miłe, ale pal sześć – nas interesuje odpowiedź. Dlaczego?

Pytanie jest zasadne, chcę jednak zacząć od sprawy elementarnej. Jeżeli facet, z którym jesteś i w Twojej obecności, wgapia się ostentacyjnie w cycki kelnerki, tyłki przechodzących kobiet – zostaw go. To kwaśny paź, kuc i burak. Tyle. Dlaczego faceci w szczęśliwych związkach zerkają na inne kobiety? Bo zerkają, to nie ulega wątpliwości, włącznie z piszącym te słowa. […] Może spoglądając ukradkiem na wasze trzeciorzędne cechy płciowe (hosanna na wysokościach), utwierdzamy się podświadomie w fakcie niebycia kobietą? Może. […] To raczej, moim zdaniem, rodzaj analizy porównawczej właściwej dla męskich, bardziej ścisłych umysłów. Zresztą te migawkowe obrazy nie są przechowywane w naszej pamięci i zaraz znikają, gdy zniknie obiekt (z wyjątkiem Bellucci w filmie „Malena", ale to się nie liczy). Gdyby chcieć szukać, lepszych lub gorszych porównań do tej sytuacji, to fajne samochody też przyciągają naszą uwagę i też nic z tego nie wynika. Jak zaznaczyłem na wstępie, trzeba być wyjątkowym ćwokiem, by w waszej obecności oglądać się za innymi, ale nie bądźmy hipokrytami. Gdy was przy nas nie ma, wszyscy to robimy. I co? I nic. Bo to was kochamy.

(„Women's Health" 2015, nr 11, s. 10–11)

Pod względem strukturalnym powyższy komunikat jest najbardziej zbliżony do kanonicznego wzorca porady w formie poczty redakcyjnej, choć nie wszystkie składniki listu do redakcji zostały w pierwszej części zostawione. Nadawcą listu nie jest jedna czytelniczka, a wiele, raczej potencjalnych, czytelniczek: *Chciałybyśmy się dowiedzieć (bo nie jest to tylko moje pytanie)*. Brak identyfikacji nadawcy jest przejawem alternacji ilościowej. Zmiany jakościowe można dostrzec na innych poziomach. W odpowiedzi na list występuje tylko jedno zdanie o charakterze dyrektywnym: *Jeśli facet, z którym jesteś… – zostaw go*, dalsza wypowiedź służy tylko wyjaśnieniu pewnych zachowań męskich.

Zarówno w liście, jak w poradzie właściwej dominuje nieoficjalna komunikacja. Świadczą o tym leksemy i wyrażenia z rejestru potocznego i kolokwialnego (*facet*, *wkurzający jak cholera*, *cycki*, *tyłki*, *kac*, *burak*, *ćwok*; *obcinacie je wzrokiem, taksujecie, łapiecie, gapicie się*). Komunikat zostaje wzbogacony o frazeologizm *pal sześć* oraz leksykę religijną: *hosanna na wysokościach*. Porady nie są utrzymane w tonacji serio z wyeksponowaniem roli eksperta. Można powiedzieć, że Barman Józek to ekspert samozwańczy. Całość należy interpretować zatem jako żartobliwą formę poradnictwa i rodzaj pewnej zabawy, co pozwala je traktować jako realizacje bliskie okazom układanym w serie.

W analizowanych poradach wielokrotnie uwyraźniała się tendencja do stosowania interakcyjnego stylu komunikowania, typowego dla współczesnej prasy kobiecej. Interakcyjny styl komunikowania eksponuje dialogowy kontakt między nadawcą a odbiorcą tekstu oraz symulowanie bezpośredniości i spontaniczności kontaktu. Dzięki temu czytelniczka czuje się dostrzeżona przez redakcję i dowartościowana[42].

Rozmaitość form porady prasowej pozwala traktować ją jako gatunek adaptacyjny. Porady w „Women's Health" są rezultatem adaptacji poczty redakcyjnej, zapowiedzi, wzmianek seryjnych, wiadomości oraz infografiki. Porada prasowa, jak pokazuje niniejszy artykuł, jest właściwa nie tylko prasie określanej mianem *poradnikowej*, ale także prasie *lifestylowej*. W porównaniu z pismami poradnikowymi w analizowanej prasie nie odnotowałam jedynie porad w formie wywiadów z ekspertami, pozostałe odmiany są typowe także dla badanego miesięcznika[43].

Porada prasowa jest gatunkiem bardzo ekspansywnym, czego dowodem jest obecność na łamach różnych typów prasy skierowanej zarówno do kobiet, jak i do mężczyzn. Potwierdza to ponownie tezę Wojtak, że mechanizm redukcjonizmu genologicznego, polegający na wypieraniu gatunków typowo prasowych i zastępowaniu ich przez odmiany gatunkowe niezwiązane z tradycyjnymi formami dziennikarskimi, jest typowy dla wszystkich czasopism specjalistycznych.

Bibliografia

Bulisz E., *Gatunki paratekstowe w magazynie „Women's Health"*, [w:] *Media a wartości. Człowiek w mediach*, red. M. Gabryś-Sławińska, K. Pilipiuk, Wydawnictwo Podlaska Fundacja Wspierania Talentów, Biała Podlaska 2016.

Bulisz E., *Poradnictwo we współczesnej prasie kobiecej na przykładzie miesięcznika „Dobre Rady" – analiza genologiczna*, [w:] *Media a wartości. Media lokalne i ogólnopolskie*, red. M. Gabryś-Sławińska, K. Dybowska, Wydawnictwo Podlaska Fundacja Wspierania Talentów, Biała Podlaska 2014.

Bulisz E., *Redukcjonizm genologiczny we współczesnej prasie poradnikowej dla kobiet*, „Stylistyka" 2014, t. 23.

Dombrowski A., *Determinanty gatunkowe i stylistyczne porad medycznych w czasopismach dla kobiet*, „Prace Językoznawcze UWM" 2015, nr 17/1.

Dombrowski A., *Porady w prasie męskiej i ich realizacje tekstowe na przykładzie czasopisma „Men's Health"*, [w:] *Język a media. Zjawiska komunikacyjne we współczesnych*

[42] Szczegółowo zjawisko interakcyjności we współczesnej prasie specjalistycznej omówiła Wojtak. Zob. M. Wojtak, *Interakcyjny styl komunikowania w prasie kobiecej*, [w:] *Teksty kultury. Oblicza komunikacji XXI wieku*, t. 1, red. J. Mazur, M. Rzeszutko-Iwan, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2006, s. 115–128.

[43] Por. E. Bulisz, *Poradnictwo we współczesnej prasie kobiecej…*, *op. cit.*, s. 72–82.

mediach, red. B. Skowronek, E. Horyń, A. Walecka-Rynduch, Collegium Columbinum, Kraków 2015.

Encyklopedia wiedzy o prasie, red. J. Maślanka, Wydawnictwo Zakład Narodowy im. Ossolińskich, Wrocław 1976.

Ficek E., *Poradnik. Model gatunkowy i jego tekstowe aktualizacje*, Wydawnictwo UŚ, Katowice 2013.

Rejter A., *Wzorzec gatunkowy staropolskich poradników myśliwskich i jego uwarunkowania*, [w:] *Gatunki mowy i ich ewolucja*, t. 2: *Tekst a gatunek*, red. D. Ostaszewska, Wydawnictwo UŚ, Katowice 2004.

Siekierski S., *Codzienne troski kobiet w świetle listów do „Poradnika Domowego"*, [w:] *Życie codzienne Polaków*, red. R. Sulima, Oficyna Wydawnicza „Stopka", Łomża 2003.

Słownik języka polskiego, t. 6, red. W. Doroszewski, PWN, Warszawa 1964.

Smól J., *Lingwistyka tekstu i teoria dyskursu medialnego w analizie porad prasowych*, [w:] *Współczesne nurty badawcze młodych naukowców*, red. D. Czajkowska-Ziobrowska, M. Gwoździcka-Piotrowska, Instytut Naukowo-Wydawniczy MAIUSCULA, Poznań 2010.

Smól J., *Między perswazją a manipulacją, czyli o sposobach wywierania wpływu na odbiorcę w tekstach poradnikowych tygodnika „Przyjaciółka"*, [w:] *Dobra rada nie zawada. Rady, porady, poradniki w języku, literaturze i kulturze*, red. W. Żarski, B. Staniów, Wydawnictwo Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej w Koszalinie, Koszalin 2010.

Smól J., *Problematyka miłosna w poradach z tygodnika „Przyjaciółka"*, [w:] *Miłość niejedno ma imię. Studium monograficzne*, red. W. Żarski, B. Staniów, Wydawnictwo Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej w Koszalinie, Koszalin 2011.

Smól J., *Wpływ przeobrażeń polityczno-kulturowych końca XX wieku na charakter poradnictwa prasowego (na przykładzie tygodnika „Przyjaciółka")*, [w:] *Przeobrażenia w języku i komunikacji medialnej na przełomie XX i XXI wieku*, red. M. Karwatowska, A. Siwiec, Wydawnictwo Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej w Chełmie, Lublin 2010.

Smól J., *Wzorzec gatunkowy porady prasowej dawniej i dziś w perspektywie pragmatycznej*, [w:] *Kształtowanie się wzorów i wzorców językowych*, red. A. Piotrowicz, K. Skibski, M. Szczyszek, Wydawnictwo Poznańskie, Poznań 2009.

Sokół Z., *Prasa kobieca w Polsce w latach 1945–1995*, Wydawnictwo Wyższej Szkoły Pedagogicznej, Rzeszów 1998.

Wojtak M., *Gatunek w formie kolekcji a kolekcja gatunków*, [w:] „Poznańskie Spotkania Językoznawcze", t. 15, red. Z. Krążyńska, Z. Zagórski, Wydawnictwo Poznańskie Studia Polonistyczne, Poznań 2006.

Wojtak M., *Gatunki prasowe*, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2004.

Wojtak M., *Genologia tekstów użytkowych*, „Postscriptum" 2004/2005, nr 2/1.

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

Wojtak M., *Interakcyjny styl komunikowania w prasie kobiecej*, [w:] *Teksty kultury. Oblicza komunikacji XXI wieku*, t. 1, red. J. Mazur, M. Rzeszutko-Iwan, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2006.

Wojtak M., *Kolaże tekstowe jako forma komunikacji publicystycznej*, [w:] *Studia Językoznawcze*, t. 2: *Synchroniczne i diachroniczne aspekty badań polszczyzny*, Wydawnictwo Naukowe USz, Szczecin 2003.

Wojtak M., *Metamorfozy gatunków prasowych*, [w:] *Współczesne media. Status, aksjologia, funkcjonowanie*, t. 1, red. I. Hofman, D. Kępa-Figura, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2009.

Wojtak M., *Osobliwe byty gatunkowe i tekstowe w ich uwikłaniach komunikacyjnych*, [w:] *Gatunki mowy i ich ewolucja*, t. 4, *Gatunek a komunikacja społeczna*, red. D. Ostaszewska, J. Przyklenk, Wydawnictwo UŚ, Katowice 2011.

Wojtak M., *Stylistyka listów do redakcji na przykładzie poczty miesięcznika „bikeBoard"*, [w:] *Synchroniczne i diachroniczne aspekty badań polszczyzny*, t. 8, red. M. Białoskórska, L. Mariak, Wydawnictwo Naukowe USz, Szczecin 2002.

Wojtak M., *Współczesne modlitewniki w oczach językoznawcy. Studium genologiczne*, Wydawnictwo Biblos, Tarnów 2011.

Wojtak M., *Wyznaczniki gatunku wypowiedzi na przykładzie tekstów modlitewnych*, „Stylistyka" 1999, t. 8.

Wojtak M., *Wzmianka do zadań specjalnych*, „Media. Kultura. Społeczeństwo", t. 2: *Prasa – teoria i praktyka*, Wydawnictwo AHE, Łódź 2007.

Wolny-Zmorzyński K., Kaliszewski A., *Gatunki informacyjne*, [w:] *Prasowe gatunki dziennikarskie*, red. K. Wolny-Zmorzyński, A. Kaliszewski, J. Snopek, W. Furman, Wydawnictwo Poltext, Warszawa 2014.

Zierkiewicz E., *Analiza wybranych porad udzielanych na łamach popularnych czasopism kobiecych*, „Teraźniejszość – Człowiek – Edukacja" 1998, nr 4.

Żuk A., *Porada prasowa – poradzić, poinformować czy zmanipulować?*, [w:] *Język – Styl – Gatunek. Katowickie spotkania doktorantów*, red. M. Kita, Wydawnictwo UŚ, Katowice 2009.

Maria Krauz
Uniwersytet Rzeszowski

RELACJA TEKST–OBRAZ. O PODPISACH POD ZDJĘCIAMI W PRASIE – STRUKTURA, FUNKCJE, SKŁADNIA

Analizując tekst podpisu pod fotografią w prasie, nie sposób pominąć fotografii, ponieważ tekst i obraz są odbierane jako reprezentacja dwu zdarzeń, które zachodzą w tym samym czasie, tworzą logiczną sekwencję zdarzeń, są zrozumiałe dla odbiorcy (mają sens w kontekście naszej wiedzy o świecie) oraz są spójne. Mogą więc być uznane za narrację, gdyż spełniają kilka istotnych warunków: są to dwa zdarzenia ułożone czasowo z punktu widzenia czytelnika, najpierw obraz przyciąga wzrok, potem podpis; są chronologiczne (stanowią spójną sekwencję zdarzeń); realizowana jest również zasada ilości – im więcej formy, tym więcej znaczenia; oraz zasada bliskości (elementy bliskie na zasadzie pojęciowej sąsiadują ze sobą)[1].

Można też mówić dziś o dominacji fotografii nad tekstem, szczególnie w przypadku pierwszych stron gazet, wizualizacja jest bowiem jedną z wielu cech dyskursu prasowego (obok hiperbolizowania, dramatyzowania, wartościowania, skrótowości, ekspansji słów potocznych, familiarnych, zapożyczonych, modnych)[2]. Coraz częstszą cechą jest też dialogowość w postaci pytań i zwrotów skierowanych do odbiorców, uznawana nawet za jeden z głównych wyróżników współczesnej prasy[3].

[1] Por.: Takie istotne cechy narracji wymienia Elżbieta Tabakowska, analizując organizację narracji. Autorka pisze: „Narrację, definiuję za klasyczną już pracą Geralda Prince'a (1982) jako reprezentację fikcyjnych lub rzeczywistych zdarzeń i sytuacji w sekwencji czasowej. Sekwencyjność jest w takim ujęciu cechą definicyjną narracji", E. Tabakowska, *Ikoniczność sekwencyjna a organizacja narracji*, [w:] *Narracyjność języka i kultury. Literatura i media*, red. D. Filar, D. Piekarczyk, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2013, s. 117.

[2] O wizualizacji i innych cechach języka w prasie piszą językoznawcy analizujący język mediów. Por. G. Majkowska, *O języku mediów*, [w:] *Dziennikarstwo i świat mediów*, red. Z. Bauer, E. Chudziński, Universitas, Kraków 2004; M. Kita, *Dyskurs prasowy*, [w:] *Przewodnik po stylistyce polskiej. Style współczesnej polszczyzny*, red. E. Malinowska, J. Nocoń, U. Żydek-Bednarczuk, Universitas, Kraków 2013; M. Wojtak, *Głosy z teraźniejszości. O języku współczesnej polskiej prasy*, Wydawnictwo WSPA, Lublin 2010.

[3] O przejawach dialogowości w prasie pisze Magdalena Śławska, analizując zarówno wywiad jako podstawowy gatunek oparty na dialogu, jak i przejawy dialogowości w tytułach i gatunkach

Moda na fotografię prasową rozpoczęła się w XX wieku[4], czego przejawem były licznie powstające agencje fotograficzne i telegraficzne, a szybka wymiana informacji oraz ilustrujących je zdjęć ułatwia dziś pracę dziennikarzom[5]. Sprawiła ona, że powstały odmiany gatunków informacyjnych i publicystycznych z dominacją fotografii, co jest podkreślone obecnością członu *foto-*, rzadziej *grafika*, w nazwach nowych gatunków, np. *fotokronika*, *fotoreportaż*, *fotofelieton*, *infografika*, *fotokomiks*. Fotografię – według Kazimierza Wolnego-Zmorzyńskiego – należy traktować „jako zakodowany przekaz, z którego wyłaniają się informacje o świecie, skierowane do odbiorcy, umiejącego odczytać zawarte w nich symbole”[6].

Relacja tekst–obraz

Analiza tekstu funkcjonującego jako podpis pod fotografią wymaga podejścia interdyscyplinarnego, w którym uwzględni się współzależności i współdziałanie języka oraz obrazu. Te dwa kody komunikacyjne, mające różne cele i środki przekazu, mają również punkty styczne. Szczegółowo omawia je Ulrich Schmitz, badając możliwości analizowania płaszczyzn wizualnych, wchodzących w skład nowej dyscypliny nazywanej *lingwistyką obrazu*[7]. Podobieństwa dotyczą podobnego pochodzenia obrazu i pisma, wyglądu – wypełnianie płaszczyzn oraz funkcji – oba typy znaków służą komunikacji, informując lub wyrażając emocje[8]. Różnice natomiast należy wiązać z rodzajem użytych środków wyrazu, w przypadku tek-

monologowych; por. M. Ślawska, *Formy dialogu w gatunkach prasowych*, Wydawnictwo UŚ, Katowice 2014.

[4] Miano *pierwszego zdjęcia* ma fotografia opublikowana w 1960 roku przez „Tygodnik Ilustrowany”; por. J. Garztecki, *Przyczynki do fotografii polskiej*, cz. 1, „Fotografia” 1968, nr 7, s. 150.

[5] O początkach fotografii i jej funkcjach por. K. Wolny-Zmorzyński, *Fotograficzne gatunki dziennikarskie*, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2007.

[6] *Ibidem*, s. 47.

[7] Lingwiści niemieccy charakteryzują nową dyscyplinę badawczą, dla której proponują metaforyczną nazwę *lingwistyka obrazu* (*Bildlinguistik*), gdyż od dawna kody językowe i obrazowe służą komunikacji, która nigdy nie przebiega za pomocą tylko jednego systemu znaków. Językoznawstwo, a szczególnie lingwistyczne analizy znaków werbalnych i niewerbalnych mogą według badaczy „wyjaśnić złożone związki między językiem a obrazem, gdyż oba systemy występują prawie zawsze w kombinacji, wzajemnie wywierając na siebie wpływ”, M. Klemm, H. Stöckl, *Lingwistyka obrazu – umiejscowienie dyscypliny, przegląd, dezyderaty badawcze*, [w:] *Lingwistyka mediów. Antologia tłumaczeń*, red. R. Opiłowski, J. Jarosz, P. Staniewski, ATUT/Neisse Verlag, Wrocław–Dresden 2015, s. 49.

[8] Por. U. Schmitz, *Badanie płaszczyzn wizualnych. Wprowadzenie*, [w:] *Lingwistyka mediów. Antologia tłumaczeń*, red. R. Opiłowski, J. Jarosz, P. Staniewski, ATUT/Neisse Verlag, Wrocław–Dresden 2015, s. 64–66.

stów – służących do formułowania myśli, w przypadku obrazów – do prezentowania sensu. To z kolei wpływa na sposób percepcji, ponieważ teksty czytane są sukcesywnie i linearnie, co prowadzi do tworzenia całości z części, natomiast obrazy oglądamy holistycznie, najpierw odbiorca widzi całość, potem interpretuje części[9].

Przykładem symbiozy dwu subdyscyplin: lingwistyki tekstu i lingwistyki obrazu może być fotografia prasowa i jej podpis. Tworzą razem całość obrazowo-tekstową, a relacje zachodzące między nimi można podzielić następująco:

1. Zdjęcie jest **ilustracją do treści całego tekstu**; nie ma podpisu, obraz łączy się w sposób bezpośredni z tytułem artykułu, najczęściej zajmuje pozycję inicjalną lub centralną, w obu strategicznych miejscach przyciągając uwagę czytelników i spełniając funkcję estetyczną lub impresywną, np. lektura artykułu zatytułowanego *Piwo a sprawa polska* (H 2016/4: 18) rozpoczyna się od wrażeń estetycznych odczytywanych ze zdjęcia bursztynowego napoju podanego w ozdobnych kuflach. Odmianą ilustracyjnej funkcji fotografii jest umieszczenie krótkiej notatki prasowej na tle fotografii. Zabieg ten jest typowy dla prasy kobiecej i tabloidów.



2. **Zdjęcie i podpis pełnią funkcję informacyjną**; tekst i obraz tworzą spójną całość. W czystej postaci taką funkcję spełnia mała fotografia autora tekstu z podpisem (taki sposób prezentacji dotyczy między innymi autorów felietonów, komentarzy, redaktorskich artykułów wstępnych). Znacznie częściej

[9] *Ibidem*, s. 66–67.

informacja jest tak sformułowana, że staje się szczegółowym, ale neutralnym komentarzem do faktów znanych z wiedzy o aktualnych wydarzeniach, np. obraz ruin i podpis, w którym podana jest informacja o obiektach zniszczonych w wyniku kataklizmu, np. ruiny budowli i podpis: *Zniszczony kościół w mieście Norcia*. Nowym sposobem wzbogacania informacji na obrazie jest łączenie dwu fotografii – obraz ruin prezentowany jest na tle wcześniejszej panoramy miasta, a tekst podpisu precyzuje dwie perspektywy: *Camerino – takie było, takie jest* (GW 9.11.2016).



3. **Fotografia** (najczęściej dwie) **ułatwia interpretację podpisu i stanowi dowód prawdomówności dziennikarza**, ponieważ zawiera pewne informacje, zwykle wyraźnie zaznaczone na obrazie za pomocą znaków graficznych, strzałek, zakreśleń wyrazistym kolorem istotnych szczegółów na zdjęciu, por. fotografie Sławomira Nowaka.



Tekst podpisu: *Sławomir Nowak w Sejmie z hublotem na ręce – powyżej 11 września 2012 r.*, *na zdjęciu obok 5 kwietnia 2013 r.* (W 9.06.2013: 7) przynosi krótkie informacje o bohaterze widocznym na pierwszym planie: imię i nazwisko, miejsce przebywania i dokładny czas zrobienia obu fotografii. W podpisie brak emocjonalnego, subiektywnego komentarza odautorskiego, ale aktualna wiedza o świecie oraz porównanie różnych dat i tego samego zegarka wskazuje jednak na pewne ukryte założenia zawarte w tym zdaniu: minister kłamie.

4. **Podpis służy wyjaśnieniu sytuacji pokazanej na fotografii, uzupełnia niejasną lub nieznaną informację** złożonej całości, np. zdjęcie przedstawia człowieka, któremu liczni zebrani składają gratulacje; podpis: *Senator Władysław Ortyl został właśnie wybrany na marszałka województwa podkarpackiego* (W 9.06.2013: 34).

5. Tekst podpisu służy **interpretacji fotografii zgodnie z zamierzeniami nadawcy**; dominuje nad obrazem, będąc ilustracją funkcji ekspresywnej lub perswazyjnej (a nawet manipulacyjnej); może też pomagać zrozumieć obraz, dodaje informacje znane autorowi artykułu publicystycznego, np. dwa **zdjęcia:** twarz mężczyzny w okularach i płyta lotniska; podpis: *Polski biznesmen wygrał z prawnikami amerykańskiego potentata lotnictwa* (W 9.06.2013: 27). Warto zwrócić uwagę, że do pełnej interpretacji tej fotografii i podpisu powinno włączyć się także inne gatunki prasowe, które przyciągają uwagę odbiorców ze względu na swoje strategiczne położenie – tytuł: *Ostatnia afera Gudzowatego* oraz lid: *5 mln dolarów za złamanie umowy offsetowej dostała od Lockheed Martin Firma Aleksandra Gudzowatego. Otwiera to drogę do pozwów setkom polskich firm.*



6. Tekst **łagodzi rzeczywisty przekaz fotograficzny**, a funkcję perswazyjną i manipulacyjną pełni fotografia; dobrą ilustracją takiej relacji jest zdjęcie z marszu antyimigracyjnego umieszczone na okładce „Angory", na którym widać wiele

szczegółów wzbudzających emocje odbiorców, natomiast tekst podpisu ma formę czystej informacji: data, miejsce, nazwa wydarzenia; brak oceny i wyrażeń waloryzujących; podpis:

W sobotę 26 września w Łodzi (na zdjęciu), Lublinie, Katowicach, Szczecinie, Ostrołęce, Bydgoszczy, Gdyni i Warszawie odbyły się marsze antyimigracyjne (A 2015/40 – zdjęcie okładkowe)



7. **Tekst jest bardziej sensacyjny niż obraz** – w ten sposób podpisywane są często fotografie aktorów, sportowców, polityków i celebrytów w prasie codziennej, kobiecej, tabloidowej, przeznaczonej dla szerokiego kręgu odbiorców. W podpisie ujawnione są fakty sensacyjne dotyczące życia prywatnego, tajemnic i nałogów, a obraz przedstawia uśmiechnięte lub przemawiające kobiety, np.:

Zdjęcie: przemawiająca Ilona Felicjańska

Podpis: *Ilona Felicjańska wciąż boryka się z problemem alkoholowym* (W 9.06.2013: 42)

Zdjęcie: uśmiechnięta Edyta Olszówka

Podpis: *Edyta Olszówka jest jedną z celebrytek, które otwarcie mówią o swojej walce z uzależnieniem od alkoholu* (W 9.06.2013: 43)



Podsumowując relację tekst–obraz, można wskazać na kilka typów zależności:

1) relacja **komplementarna** – tekst i obraz są spójne, czytelne, wyrażają te same informacje i emocje;

2) **dominująca rola obrazu** – obraz służy przekazaniu ważnej informacji, tekst, będący obiektywnym przekazem dziennikarskim, zachowuje zasady poprawności politycznej;

3) **dominująca rola tekstu** – obraz stanowi tło dla tekstu, który wnosi informacje ważniejsze dla odbiorcy, a podpis wkomponowany jest w taki sposób, aby skłaniał odbiorców do odczytania go.

Już w latach 70. ubiegłego stulecia podkreślano spójność obu części: fotografii i podpisu oraz niesamodzielność tekstu podpisu[10], co wyrażało się obecnością środków językowych, będących wykładnikami spójności tekstu, np. metatekstowe wyrażenia odnoszące tekst do fotografii, takie jak: *na zdjęciu*, *u góry*, *w środku*, zaimki wskazujące czy konektory: *oto*. Podobnie pisze Wolny-Zmorzyński: „Podpis

[10] Alicja Zagrodnikowa pisała: „Niesamodzielność podpisu i powiązanie treściowe z innymi składnikami całości rzutuje na jego formę językową, na dobór wyrazów i zdań. Łączność ze zdjęciem podkreślają środki językowe, wskazujące bezpośrednio na zdjęcie. Są to wyrazy typu: *obok*, *powyżej*, *poniżej* i wyrażenia przyimkowe typu: *na zdjęciu*, *z prawej*, *z dołu* itp., których celem jest skierowanie wzroku czytelnika na to, co mu nadawca pokazuje na zdjęciu. Podobną funkcję pełni zaimek wskazujący *ten* oraz partykuły *to*, *oto*", A. Zagrodnikowa, *O języku podpisów do zdjęć w prasie*, „Język Polski" 1975, z. 4, s. 284.

pod fotografią prasową jest jej legendą, pełni ważną funkcję uzupełniającą, stanowi z nią nierozerwalną całość […]. Jest także dodatkowym walorem, zastępującym często przekaz estetyczny”[11]. Jednak – jak zauważa Elżbieta Tabakowska – „struktura komunikatu językowego – a jego struktura ikoniczna w szczególności – nie odzwierciedla procesu obiektywnej percepcji obiektywnej rzeczywistości, lecz jest bezpośrednim odbiciem subiektywnej struktury pojęciowej, powstającej w umyśle obserwatora”[12], obraz może być różnie interpretowany przez czytelnika; w każdym akcie komunikacji odbiorca konstruuje swój odbiór obrazu, podpis więc powoduje, że odczytanie go przez czytelnika albo będzie zgodne z interpretacją nadawcy komunikatu, albo będzie on widział dodatkowe sensy[13].

Mimo tak istotnej roli podpisu fotografia w prasie nie musi być opatrzona krótkim jedno- lub dwuzdaniowym wypowiedzeniem, ilustracja może się bowiem odnosić do tytułu tekstu, być ogólnym zobrazowaniem treści[14], może stanowić tło, na którym prezentowany jest tekst krótkiego artykułu prasowego, np. notatki prasowej (por. tekst o Korze na tle fotografii Kory ze swoim ulubieńcem). Co prawda zaciera się wówczas granica między podpisem a wyimkiem czy samodzielną informacją, o czym słów kilka w dalszej części artykułu.

Chcąc omówić kształt językowy i funkcję podpisu, analizuję podpisy zarówno pod fotografiami dziennikarskimi, dokumentalnymi, pamiątkowymi, prywatnymi, jak i tymi, które należą do sztuki (prezentują dzieła sztuki jako ilustracje treści). Najważniejszą ich cechą jest to, by dobrze obrazowały faktyczne zdarzenia, sprawy, emocje; często chodzi o uchwycenie chwili, pokazanie szczegółu, kreatywność fotografa. Chociaż są też fotografie, za pomocą których nadawca chce coś upozorować; nie mówiąc już o estetyzującej funkcji fotografii w kolorowej prasie kobiecej. Łatwość zapamiętywania i przywoływania z pamięci, kompozycja zdjęcia są ważnymi elementami, które mają wpływ na to, jak zostanie odebrane zdjęcie zamieszczone w prasie, bo fotografia jest zakodowaną informacją pozwalającą na szybkie i bezpośrednie przekazanie treści[15].

---

[11] K. Wolny-Zmorzyński, *op. cit.*, s. 72.

[12] E. Tabakowska, *op. cit.*, s. 123.

[13] Okładka „Angory” przedstawiająca manifestację przeciwko uchodźcom miała wiele odczytań, co sprawiło, że obraz i podpis doczekały się wielu komentarzy internetowych, prasowych, a nawet oświadczeń redakcji.

[14] W praktyce dziennikarskiej określane jest jako zdjęcie ilustrujące tekst, często jest wprost powiązane z tytułem i wybierane z archiwum, a nie robione na potrzeby konkretnego artykułu.

[15] Pomijam kwestie związane z podziałem fotografii w prasie na dziennikarską (zdjęcia wykonywane dla różnych mediów, internetu, albumu), prasową (ograniczoną do jednego medium), dokumentalną, zdjęcie-pamiątkę (prywatne, wykorzystywane do zilustrowania artykułu), o czym pisze J. Szylko-Kwas, *Funkcja fotografii prasowej – analiza na przykładzie pierwszej strony „Gazety Wyborczej”*, „Studia Medioznawcze” 2014, nr 2, s. 185–198.

Funkcje fotografii opatrzonej podpisem

Fotografii można przypisać funkcje, które przypisujemy komunikatom językowym, a więc: informacyjną, ekspresywną, impresywną, fatyczną, poetycką (określaną też jako estetyczną). Przekazując treści zgodne z prawdą, fotografia jest nośnikiem informacji (funkcja informacyjna), ale staje się także dopowiedzeniem eksponującym najważniejsze aspekty wiadomości (funkcja obrazowa), dzięki czemu tekst zyskuje znamiona prawdziwości. Funkcja poznawcza pozwala na pogłębienie wiedzy o otaczającym świecie, a ekspresywna umożliwia fotografowi pokazanie swojego punktu widzenia (subiektywizm fotografii), „co można interpretować dwojako, albo odbiorca oglądający zdjęcie łatwiej przyswoi sobie treść, albo fotografia staje się największym kłamcą na świecie”[16]. Odczytanie zdjęcia należy do odbiorcy, a więc funkcja impresywna skupiona wokół refleksji i reakcji odbiorcy też jest istotna. Natomiast funkcja estetyczna – bliska marketingowej – wyłania się wówczas, gdy nacisk położony jest na wygląd osoby czy obiektu uwidocznionych na fotografii. Obraz ma służyć estetyzacji świata przedstawionego oraz kosmetyce rzeczywistości, o czym pisze Bożena Witosz, analizując przejawy estetyzacji świata i języka w magazynach kobiecych. Lingwistka podkreśla, że:

> […] za wyróżnik stylistyczny tej odmiany dyskursu medialnego uznać trzeba nie tylko dominację kodu ikonicznego nad werbalnym (teksty prasy kobiecej łączą doświadczenie lektury z doświadczeniem percepcyjnym, w wielu przypadkach są przede wszystkim tekstami do oglądania), ale również jego estetyzującą rolę, przy czym nie idzie tu o funkcję ornamentacyjną (choć nie należy jej lekceważyć), ale o funkcję estetycznie modelującą (por. na przykład manipulacyjne możliwości, jakimi dysponuje, dzięki technice cyfrowej, współczesna fotografia)[17].

Obraz w „kolorowej” prasie kobiecej ma zaspokoić pragnienie przyjemności i potrzebę prestiżu, bo taka jest rola „konsumpcyjnego piękna”, a „zdjęcie właściciela czy właścicielki [wnętrza], odpowiednio wystylizowane, jest tylko jednym z elementów dekoracji”[18].

---

[16] J. Gloc, *Zobaczyć więcej. O analizie fotografii prasowej*, „Zeszyty Prasoznawcze” 2010, nr 3–4, s. 179.

[17] B. Witosz, *Estetyzacja świata i estetyzacja języka „kolorowej” prasy kobiecej (przyczynek do rozważań o wpływie postmodernizmu na współczesną polszczyznę)*, [w:] *Język w mediach. Antologia*, red. M. Kita, I. Loewe, Wydawnictwo UŚ, wyd. drugie, Katowice 2014, s. 120.

[18] *Ibidem*, s. 121.

Podpis pod zdjęciem – próba definicji

Podpis w jednym ze znaczeń definiowany jest jako ‘napis umieszczony pod rysunkiem, zdjęciem, wykresem itp. objaśniający jego treść’[19]. Nie jest co prawda obligatoryjnym składnikiem przekazu ikonicznego, gdyż obraz może być, a nawet jest, bez podpisu, co potwierdza frazem *bez podpisu*, pełniący funkcję tytułu lub podpisu pod dowcipem rysunkowym niewymagającym komentarza. Bardziej precyzyjna definicja terminu znajduje się w pierwszym artykule o podpisach Alicji Zagrodnikowej opublikowanym w 1975 roku, a więc dotyczy prasy, w której fotografia jeszcze nie dominowała nad tekstem. Autorka tak definiuje podpis:

> Przez „podpis” rozumiem krótki, jedno- lub kilkuzdaniowy tekst, wchodzący w skład dwóch typów wypowiedzi słowno-obrazowych: 1. złożonych ze zdjęcia (z ewentualnym nagłówkiem i ewentualną krótką notatką poprzedzającą podpis) oraz podpisu; 2. złożonych ze zdjęcia podpisu i większego, opatrzonego tytułem, tekstu dziennikarskiego (wiadomości, artykułu publicystycznego, reportażu, wywiadu itp.), któremu podpisane zdjęcie towarzyszy[20].

Analizując współczesną prasę, wymagającą od odbiorców kompetencji multimodalnej[21], czyli umiejętności tworzenia, odbierania, czytania i interpretowania tekstów językowo-obrazowych, trzeba stwierdzić, że rola i kształt językowy podpisu ulega zmianom. Podpis jest krótkim tekstem o różnym stopniu złożoności składniowej, niesamodzielnym, towarzyszącym fotografii. Jego stopień samodzielności jest różny: od podpisów spojonych z tekstem za pomocą wyrażeń metatekstowych odsyłających do obrazu, np. *na zdjęciu*, *poniżej*, *pierwszy z prawej* lub znaków graficznych, np. strzałki, linie, zaznaczenia innym kolorem, pełniących tę samą funkcję, do samodzielnych tekstów, przybierających formę gatunkową innych krótkich tekstów, np. biogramu, informacji, zapowiedzi, wyimka. Pełni również różne funkcje: prymarną informacyjną (opisuje i obiektywnie komentuje to, co widać na zdjęciu) i wtórną: ekspresywną i impresywną (jest subiektywnym, wartościującym komentarzem). W intencji nadawcy pojawia się po to, aby czytelnik właściwie zinterpretował przekaz ikoniczny/wizualny.

---

[19] *Uniwersalny słownik języka polskiego PWN*, t. 3, red. S. Dubisz, PWN, Warszawa 2008, s. 250.

[20] A. Zagrodnikowa, *O języku podpisów…*, *op. cit.*, s. 283.

[21] Termin *multimodalność* używany jest w literaturze naukowej na określenie tekstów i sposobów komunikacji, w których współwystępują różne systemy znaków (słowo, obraz, dźwięk). Por. H. Stöckl, *Czytanie tekstów językowo-obrazowych? Elementy kompetencji podstawowej*, [w:] *Lingwistyka mediów. Antologia tłumaczeń*, red. R. Opiłowski, J. Jarosz, P. Staniewski, ATUT/Neisse Verlag, Wrocław–Dresden 2015, s. 113.

Podpis pod zdjęciem, nad, obok czy w obrazie?

Podpisy do ilustracji w prasie, nie tylko codziennej, ale również specjalistycznej, umieszczone są tradycyjnie pod zdjęciem, rzadziej nad oraz obok z prawej lub z lewej strony. W tabloidach, prasie skierowanej do szerokiego kręgu odbiorców, coraz częściej są wkomponowane w tekst, tworząc mozaikę znaków, kształtów i barw, wymagającą od czytelnika uwagi i szybkiej orientacji, do której współczesny odbiorca (otoczony mnogością płaszczyzn wizualnych i słów oddziałujących na różne zmysły) jest przygotowany. Dzięki tym zabiegom nowe formy opisywania obrazu zaczynają pełnić funkcję podobną do tych, jakie pełnią inne gatunki prasowe, czyli tytuł, lid, zapowiedź, wyimek. Zamiast podstawowej funkcji informacyjnej i objaśniającej przekaz wizualny przejmuje funkcję perswazyjną/rekomendującą. Swoją formą oraz rozmieszczeniem przestrzennym ma przyciągnąć wzrok czytelnika, skierować jego uwagę na tekst, zaskoczyć, zszokować, wzbudzić emocje. Połączenie obu komponentów całości: obrazu i tekstu tworzy nową przestrzeń tak pomyślaną, żeby informacje wzajemnie się przenikały i uzupełniały. Tradycyjny sposób podpisywania fotografii sprawiał, że to obraz najpierw przyciągał wzrok, dopiero potem uwaga kierowana była na tekst (zwykle zapisany mniejszą czcionką). Gra formą powoduje, że przekaz wizualny i tekst łączą się w zintegrowaną całość. Otwarte pozostaje pytanie, czy interpretacja jest właściwa, czy powierzchowna.

Forma fleksyjna i składniowa podpisu

Zdaniem medioznawców „podpis pod fotografią powinien opisywać zdarzenie w gramatycznym czasie teraźniejszym, ponieważ zdjęcie jest chwilą zatrzymaną w czasie, a zatem ciągle aktualną, którą czytelnik właśnie poznaje”[22]. Zasady wprowadzane w podręcznikach dla dziennikarzy nie mają potwierdzenia w praktyce. Wybór formy fleksyjnej czasu w tekście podpisu zależy bardziej od treści artykułu i funkcji fotografii. Jeżeli tekst dotyczy zdarzeń minionych, w podpisach pojawiają się formy werbalne w czasie przeszłym (np. w miesięczniku „Historia” w nr 4 z kwietnia 2016 roku na **39** podpisów mających kształt zdania, **34** zawierają czasowniki w czasie przeszłym, a tylko **5** w czasie teraźniejszym). Natomiast czas teraźniejszy wyrażony w tekście pod fotografią pojawia się rzadko, bo aktualność dotyczy często czasowników posiłkowych: egzystencjalnych (*jest*, *znajduje się*, *przebywa*), a te predykatywy są domyślne; podpis ma strukturę oznajmienia lub wypowiedzenia nominalnego. Pomijane są też czasowniki percepcyjne, np. *na*

[22] K. Wolny-Zmorzyński, *op. cit.*, s. 72.

zdjęciu widzimy, *oglądamy*, *możemy zobaczyć*. W przywołanym numerze „Historii" oznajmień i wyrażeń nominalnych jest 38 + 3 zdjęcia z podpisami autorów felietonów. Oczywiście przytoczone liczby nie pretendują do badań statystycznych, są raczej ilustracją problemu na wybranym przykładzie. Być może w innym typie czasopisma wyniki byłyby odwrotne. Z pierwszego oglądu podpisów można wysnuć wniosek, że kształt językowy i stylistyczny tekstu podpisu zależy od profilu pisma oraz zakładanego grona czytelników. Fotografie przedstawiające osoby opatrzone są bardzo różnorodnymi podpisami – od wyrażeń nominalnych, przez oznajmienia i zdania, do krótkich form gatunkowych, np. noty biograficznej czy portretu[23]. Oto przykłady wypowiedzeń zawierających czas teraźniejszy, dzięki czemu autor tekstu opisuje to, co widać na zdjęciu:

Krakowski funkcjonariusz rozgrzewa ręce na ciepłej masce samochodu (1932 r.) (H 2016/4: 9)
Policjant obserwuje ruch uliczny z wieżyczki przy al. 3 Maja w Warszawie (1932 r.) (H 2016/4: 9)
Kompania honorowa Policji Państwowej wita nowego wojewodę krakowskiego Kazimierza Świtalskiego (drugi z prawej, 1935 r.) (H 2016/4: 8)

Dużą grupę w zebranym materiale stanowią oznajmienia i wyrażenia nominalne zbudowane z nazwy własnej lub nazwy własnej z rozbudowaną grupą nominalną. Nie mają wyrażonej kategorii czasu, ale czytelnicy odbierają je jako wiadomości aktualne: tu i teraz. Mają bowiem wbudowaną informację z asercją: *to jest/ oto/ fotografia przedstawia/ na zdjęciu widzimy*:

Patrol policji kobiecej na ulicach Warszawy (1939 r.) (H 2016/4: 7)
Odkrywka archeologiczna we wschodniej Jerozolimie (H 2016/4: 6)
Wiejskie kobiety ze święconkami przed dworem w Tomaszowicach (1937 r.) (H 2016/4: 3)
Fotograficzny negatyw Całunu Turyńskiego (H 2016/4: 12)
Średniowieczna ikona przedstawiająca króla Edessy Abgara z mandylionem (H 2016/4: 13)
„Wjazd Jezusa do Jerozolimy" (1897 r.) Jeana-Léona Gérôme'a, francuskiego malarza neoklasycystycznego (H 2016/4: 16)
Jedna z wielu wersji „Chrystusa na krzyżu" El Greco (H 2016/4: 17)
Posiadłość rodzinna Jamesa Monroego w Oak Hill, Wirginia (H 2016/4: 31)

W tej grupie dużo jest podpisów z dominującą funkcją informacyjną, wszystkie przytoczone przykłady z jednego numeru miesięcznika zawierają nazwy własne (antroponimy, toponimy, ideonimy), co pozwala przypuszczać, że o kształcie językowym podpisu decyduje wiele elementów, między innymi rodzaj czasopisma, treść notatki, indywidualny styl autora, modne gry z czytelnikiem czy zakładany typ odbiorcy, ale takie przypuszczenia wymagają dalszych szczegółowych badań. Imiona i nazwiska w podpisach obudowane są dodatkowymi informacjami

[23] Zagadnienie to analizuję w artykule *Od imienia własnego do portretu, czyli o pewnym typie podpisów w prasie* [w druku].

znanymi nadawcy, niekoniecznie wynikającymi z percepcji fotografii, np. tytuł, pełniona funkcja, ważne dokonania. Niektóre zdjęcia prasowe tworzą serie ułożone w szeregu i podpisane według tej samej zasady, np. rozwinięcie antroponimu o przydawki przymiotne bądź rzeczowne w związku zgody i rządu:

Patrick Pearse, cywilny przywódca powstania wielkanocnego (H 2016/4: 35)
Eamon de Valera, późniejszy pierwszy prezydent Irlandii (H 2016/4: 35)
James Conolly, założyciel Armii Obywatelskiej i dowódca powstańczych walk (H 2016/4: 35)

W analizowanym numerze czasopisma dominują w podpisach wypowiedzenia zawierające czasowniki w czasie przeszłym, bo fotografia uzupełnia opowiadaną w podpisie historię związaną z przedstawionym obiektem. Dawna fotografia i wiadomość odnoszą się do zdarzeń minionych, stanowiących tło dla współczesnych zdarzeń. Często podpis jest dwuczęściowy: refleksja historyczna i metatekstowe odniesienie do zdjęcia (wyrażone wprost: *na zdjęciu* lub domyślne: [oto] *przedwojenna reklama…*) zawierające informację o tym, co przedstawia obraz:

W latach największego boomu w Las Vegas można było spotkać ówczesne gwiazdy kina i estrady. Na zdjęciu: Frank Sinatra z córką Nancy oraz Yul Brynner (H 2016/4: 28)

Przedwojenna reklama browaru Okocim, który został założony w 1845 r. Na początku XX w. był największym zakładem piwowarskim na ziemiach polskich (H 2016/4: 20)

W średniowieczu duży udział w produkcji piwa miały klasztory. W wielu z nich tradycja piwowarska przetrwała do dziś (H 2016/4: 19)

Wernher von Braun podczas II wojny światowej współtworzył pociski V-2, po wojnie zaś uczestniczył w amerykańskim programie kosmicznym (H 2016/4: 25)

Powstanie wielkanocne pozostawiło tradycję walki, z której wkrótce zrodziła się Irlandzka Armia Republikańska (na zdjęciu: pochód dla upamiętnienia zrywu z 1916 r.) (H 2016/4: 34)

W wolnych chwilach, między jedną a drugą bitwą, Hiszpanie mogli sobie pozwolić na rozrywkę (H 2016/4: 54) [na fotografii żołnierze na wozie, w śniegu, z akordeonem]

Gdy termometr wskazywał -58 stopni, zamarzały nawet zamki w karabinach. Mroźne rosyjskie zimy dziesiątkowały oddziały Wehrmachtu (H 2016/4: 55) [na zdjęciu pojedyncza postać ciepło ubrana].

Najrzadziej pojawiają się formy fleksyjne w czasie przyszłym. W zebranym materiale potwierdzone są wówczas**,** gdy podpis jest reklamą książki lub zapowiedzią wydawniczą, np.:

Książka Agnieszki Jeż „Kuchnia dwudziestolecia. Co i jak jadano" ukaże się 24 marca nakładem Wydawnictwa RM (H 2016/4: 82)

Analizując składnię podpisów w prasie, trzeba powiedzieć, że reprezentują one wszystkie rodzaje wypowiedzeń pojedynczych i złożonych. Dominują wypowiedzenia w trybie oznajmującym, szczególnie przy podpisach informacyjnych. Informacja wzbogacona o emocje, oceny, subiektywne komentarze skłania do

użycia struktur składniowych będących wyraźnymi nośnikami emocji, np. zdania urwane, pytania, wykrzykniki. Nie brak wypowiedzeń pytajnych, będących przejawem obecnej we współczesnym dyskursie prasowym dialogowości, np.:

A kiedyś było tak pięknie… (A 2016) [zdjęcie uśmiechniętej rodziny]
Dość! Musimy ograć Pogoń i nadal być liderem ekstraklasy! (F 2016) [zdjęcie przedstawia zawodnika Piasta kopiącego piłkę]
Zachód słońca nad współczesnym Las Vegas, miastem kasyn i ekskluzywnych hoteli. Zmierzch blichtru? (W 2016)

Krótkie formy gatunkowe w funkcji podpisu

Tekst podpisu przyjmuje różne formy gatunkowe. Badania Alicji Zagrodnikowej z lat 70. prowadzą autorkę do wniosku, że podpis jest aktualizowany w prasie jako zawiadomienie mianownikowe lub określnikowe, oznajmienie bezpodmiotowe, zdanie pojedyncze oraz rzadko wypowiedzenie złożone i zestawione[24]. Analiza czasopism z roku 2016 pozwala stwierdzić, że tekst podpisu w dalszym ciągu ma formę jednego wypowiedzenia (wyrażenia nominalnego, oznajmienia, zdania pojedynczego minimalnego lub rozwiniętego, a także wypowiedzenia złożonego) o funkcji informacyjnej, ekspresywnej i impresywnej. Może to być tekst zbudowany z dwu zdań. Trzeba jednak zauważyć, że podobnie jak inne gatunki prasowe również podpis zmienia się, ewoluuje, adaptuje, czyli pożycza inne wzorce gatunkowe[25]. Najczęściej tekst podpisu ułożony jest tak, że przybiera cechy krótkich form gatunkowych charakterystycznych dla dyskursu prasowego. Są to:

– **nota biograficzna**, występująca w funkcji tekstu podpisu, zawiera podstawowe dane charakteryzujące autora artykułu lub bohatera tekstu: zawód, pełnione funkcje, dokonania. Cechuje się stabilną strukturą: od nazwy własnej, przez zawód, funkcję, zainteresowania, dane rodzinne, a przekształcenia dotyczą mieszania rejestrów oraz selekcji cech decydujących o długości noty, np.:

Sylwia Kubryńska
– pisarka,
felietonistka
serwisu wysokie-obcasy.pl

[24] Por. A. Zagrodnikowa, *O języku podpisów…*, *op. cit.*, s. 287–290.

[25] Wniosek taki wypływa z porównania podpisów omawianych przez Alicję Zagrodnikową z podpisami zebranymi z 6 czasopism, reprezentujących różne style: popularnonaukowych, tygodników opinii i tabloidu. Analiza obejmuje ok. 200 podpisów (ok. 60 z czasopism „Historia" i „Świat Wiedzy"; ok. 60 z tygodnika „Wprost" i ok. 60 z „Faktu"). To dopiero początek badań, ale już wstępna analiza pokazuje, że można mówić o pewnych charakterystycznych dla danej gazety sposobach podpisu zdjęć.

autorka
Najlepszego Bloga na Świecie (www.kubrynskacom)

– **komentarz** lub **komentarz z dialogiem**

1) zdjęcie Lecha Wałęsy
Podpis: *Lech Wałęsa zawsze budził silne emocje wśród polityków i zwykłych Polaków* (F 19.02.2016)

2) może to być komentarz bohatera artykułu:
Podpis: *„Kownaś" czuje się lepiej lżejszy o 3,5 kilograma. – Waga nie była bezpośrednią przyczyną urazów. Gdy ktoś mi zwracał uwagę, że jestem trochę za gruby, to mówiłem: Co ty, dobrze się czuję. A różnicę widzę dopiero teraz, gdy zjechałem 3,5 kg – mówi Dawid Kownacki* (19 lat) (F 19.02.2016)

– **notatka prasowa**, zawierająca szczegółowe informacje o jednym wydarzeniu (kto, co, gdzie, kiedy, dlaczego), mająca tytuł oraz najczęściej jednoakapitowy korpus:

SYSTEMATYCZNE NISZCZENIE. Barack Obama obiecał, że obniży emisję CO_2 w Stanach Zjednoczonych, ale amerykańskie spółki przyczyniają się do jej wzrostu w innych krajach. W samej tylko Indonezji każdego roku niszczone są tysiące hektarów lasów na potrzeby produkcji oleju palmowego. Odpowiedzialne za to są główne amerykańskie koncerny (ŚW 4/2016: 49)

– **wyimek** – takie podpisy należy traktować jako przejaw gry podpisu z tekstem; w tej funkcji wykorzystane są ciekawe cytaty lub cudze wypowiedzi mające zaintrygować czytelnika, np.:

Zdjęcie: autor wypowiedzi, poważna mina
Podpis: *„Ludzki umysł jest bardzo podatny na manipulacje. W wielu przypadkach z powodu fałszywych wspomnień w więzieniu lądują niewinne osoby". Stephen Porter/ Psycholog kryminalny z Uniwersytetu Kolumbii Brytyjskiej* (P 2016)

– **notka** o nowościach wydawniczych

Fotografia – okładka książki – obok podpis:
Mirosława Kareta opublikowała ostatnio powieść „Pokochałam wroga", pierwszy tom sagi rodziny Petrycych (Wydawnictwo WAM, cena: 34,90) (H 2016/4: 59)

– **recenzja** uzupełniająca tekst artykułu

Fotografia – scena ze sztuki przedstawiająca trzech aktorów; artykuł zatytułowany *Alfabet polskich gwiazd* dotyczy biografii Mariusza Dmochowskiego; a podpis pod zdjęciem dodaje nową informację, której nie ma w tekście:
Jedną z najciekawszych kreacji aktorskich Mariusza Dmochowskiego była rola Jana Sebastiana Bacha w sztuce „Kolacja na cztery ręce", którą dla warszawskiego Teatru Współczesnego wyreżyserował Maciej Englert. Dmochowskiemu partnerowali Czesław Wołłejko (jako Händel) i Henryk Borowski (Schmidt) (H 2016/4: 72)

Niektóre podpisy opatrzone są **tytułem** wyróżnionym za pomocą znaków graficznych i interpunkcyjnych, co, z jednej strony, służy podkreśleniu autonomiczności tekstu podpisu, z drugiej, nagłówek łączy obraz i tekst w spójną całość. To praktyka częsta nie tylko w cyklu: *prasowe zdjęcie tygodnia/miesiąca*, ale również w wielu miesięcznikach specjalistycznych i dziennikach, nawet tabloidowych, np.:

1) zdjęcie: portret mężczyzny
Podpis z nagłówkiem: ***Przy ulicy Cichej jest jego dom***. *Waldemar Fornalik (53 l.) był pierwszym trenerem Ruchu w latach 2009–2012 i od 2014 roku* (F 2016)

2) zdjęcie: Putin ze zmarszczonym czołem i sztabki złota
Podpis: ***Prezydent Rosji potrzebuje pieniędzy***. *Rosja ma duże wydatki związane z wojnami, a ponieważ nie może zaciągać kredytów w dolarach, od dłuższego czasu inwestuje w złoto, by je potem korzystnie odsprzedawać* (F 2016)

3) zdjęcie: uśmiechnięty papież Franciszek w tłumie ludzi
Podpis: ***SUPERSTAR***. *Papież Franciszek podczas obchodów Niedzieli Palmowej na placu św. Piotra* (A 2016)

Podpis pod ilustracją prasową – jaki to gatunek?

Czy można mówić o kanonicznym gatunku podpisu? Czy można uznać za gatunek tekst, który mimo że pod względem językowym jest poprawny, zrozumiały i spójny, nie występuje samodzielnie, a zawsze łączy się z obrazem? Tytuły z lat 70. często odnosiły się wprost do zdjęcia, tytuły współczesne są pod względem budowy bardziej samodzielne i coraz częściej nie opisują tego, co widać na zdjęciu, ale stanowią tekst, który tylko ilustrowany jest zdjęciem, pełniącym funkcję obrazującą, estetyczną, perswazyjną Przyjmując, iż gatunek i tekst to pojęcia nierozerwalne[26], że „gatunek jest nieodzownym atrybutem każdej wypowiedzi"[27], jest pewnym idealnym konstruktem, zbiorem konwencji, które pozwalają nadać odpowiedni kształt konkretnym interakcjom[28], trzeba stwierdzić, że podpis dopiero łącznie z obrazem tworzy czytelny nośnik intencji komunikacyjnej, że podpis i obraz wzajemnie się warunkują[29]. Podpis służy

[26] Por. H. Grzmil-Tylutki, *Gatunek w świetle francuskiej teorii dyskursu*, Universitas, Kraków 2007, s. 40.

[27] G. Grochowski, *Czy istnieje tekst poza gatunkiem?*, [w:] *Gatunki mowy i ich ewolucja*, t. 2: *Tekst a gatunek*, red. D. Ostaszewska, Wydawnictwo UŚ, Katowice 2004, s. 26.

[28] M. Wojtak, *Gatunki prasowe*, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2004, s. 16.

[29] Alicja Zagrodnikowa również traktuje zdjęcie i tekst podpisu jako człony jednostki obrazowo-słownej, podkreślając przy tym, że „zdjęcie może funkcjonować samodzielnie, bez jakiegokolwiek dodatku słownego, podpis do zdjęcia zgodnie z przeznaczeniem i etymologią, nie może występować w izolacji, musi towarzyszyć zdjęciu", A. Zagrodnikowa, *Spójność między słowem i obrazem w wypowiedziach prasowych*, „Zeszyty Prasoznawcze" Kwartalnik Ośrodka Badań Prasoznawczych, Kraków 1974, R. 15, nr 3 (61).

aktualizacji treści na obrazie i pozwala zrozumieć oraz zinterpretować to, co widać zgodnie z intencją nadawcy. Gatunkiem będzie więc **fotografia z podpisem**. Jest to gatunek multimodalny, złożony z różnych znaków i kodów, bo jak piszą badacze niemieccy – Michael Klemm i Hartmut Stöckl – komunikacja nigdy nie ogranicza się do jednego rodzaju znaków, a płaszczyzny – tekstowa i wizualna – przeplatają się nie tylko w prasie. Na przykład mówiąc, używamy gestów i intonacji, dzieło filmowe – oglądamy i słuchamy albo czytamy dialogi, reklama to tekst właściwy i obraz, a komiks to obraz i tekst.

Wykaz skrótów

A – „Angora”
F – „Fakt”
H – „Historia”
P – „Polityka”
ŚW – „Świat Wiedzy”
W – „Wprost”

Bibliografia

Garztecki J., *Przyczynki do fotografii polskiej*, cz. 1, „Fotografia” 1968, nr 7.

Gloc J., *Zobaczyć więcej. O analizie fotografii prasowej*, „Zeszyty Prasoznawcze” 2010, nr 3–4.

Grochowski G., *Czy istnieje tekst poza gatunkiem?*, [w:] *Gatunki mowy i ich ewolucja*, t. 2: *Tekst a gatunek*, red. D. Ostaszewska, Wydawnictwo UŚ, Katowice 2004.

Grzmil-Tylutki H., *Gatunek w świetle francuskiej teorii dyskursu*, Universitas, Kraków 2007.

Kita M., *Dyskurs prasowy*, [w:] *Przewodnik po stylistyce polskiej. Style współczesnej polszczyzny*, red. E. Malinowska, J. Nocoń, U. Żydek-Bednarczuk, Universitas, Kraków 2013.

Klemm M., Stöckl H., *Lingwistyka obrazu – umiejscowienie dyscypliny, przegląd, dezyderaty badawcze*, [w:] *Lingwistyka mediów. Antologia tłumaczeń*, red. R. Opiłowski, J. Jarosz, P. Staniewski, ATUT/Neisse Verlag, Wrocław–Dresden 2015.

Majkowska G., *O języku mediów*, [w:] *Dziennikarstwo i świat mediów*, red. Z. Bauer, E. Chudziński, Universitas, Kraków 2004.

Schmitz U., *Badanie płaszczyzn wizualnych. Wprowadzenie*, [w:] *Lingwistyka mediów. Antologia tłumaczeń*, red. R. Opiłowski, J. Jarosz, P. Staniewski, ATUT/Neisse Verlag, Wrocław–Dresden 2015.

Stöckl H., *Czytanie tekstów językowo-obrazowych? Elementy kompetencji podstawowej*, [w:] *Lingwistyka mediów. Antologia tłumaczeń*, red. R. Opiłowski, J. Jarosz, P. Staniewski, ATUT/Neisse Verlag, Wrocław–Dresden 2015.

Szylko-Kwas J., *Funkcja fotografii prasowej – analiza na przykładzie pierwszej strony „Gazety Wyborczej”*, „Studia Medioznawcze” 2014, nr 2.

Ślawska M., *Formy dialogu w gatunkach prasowych*, Wydawnictwo UŚ, Katowice 2014.

Tabakowska E., *Ikoniczność sekwencyjna a organizacja narracji*, [w:] *Narracyjność języka i kultury. Literatura i media*, red. D. Filar, D. Piekarczyk, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2013.

Uniwersalny słownik języka polskiego PWN, red. S. Dubisz, PWN, Warszawa 2008.

Witosz B., *Estetyzacja świata i estetyzacja języka „kolorowej” prasy kobiecej (przyczynek do rozważań o wpływie postmodernizmu na współczesną polszczyznę)*, [w:] *Język w mediach. Antologia*, red. M. Kita, I. Loewe, Wydawnictwo UŚ, wyd. drugie, Katowice 2014 [przedruk z: *Styl, dyskurs, media*, red. B. Bogołębska, M. Worsowicz, Wydawnictwo UŁ, Łódź 2010).

Wojtak M., *Gatunki prasowe*, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2004.

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

Wolny-Zmorzyński K., *Fotograficzne gatunki dziennikarskie*, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2007.

Zagrodnikowa A., *O języku podpisów do zdjęć w prasie*, „Język Polski” 1975, t. 55, z. 4.

Zagrodnikowa A., *Spójność między słowem a obrazem w wypowiedziach prasowych*, „Zeszyty Prasoznawcze”. Kwartalnik Ośrodka Badań Prasoznawczych, Kraków 1974, R. 15, nr 3 (61).

Elwira Bolek
Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej

PLAKAT ARTYSTYCZNY – PRZEKAZ MULTIMODALNY

Punktem wyjścia niniejszego referatu jest założenie, że plakat artystyczny to przekaz multimodalny – składający się z wchodzących ze sobą w interakcję kodów – werbalnego i pozawerbalnego. Roman Opiłowski, Józef Jarosz i Przemysław Staniewski uważają, że badania i analizy interakcji kodów semiotycznych w tekście tworzą w polskiej lingwistyce lukę badawczą[1]. Sąd ten jest być może zbyt rygorystyczny[2], jednak bezsprzecznie warto podjąć próbę testowania metodologii lingwistycznych w badaniach nad tekstami wielokodowymi. Przyglądając się definicjom plakatu – jednego z gatunków medialnych – zauważa się bowiem, że zjawisko multimodalności zostało pominięte. Co prawda odnotowuje się fakt współwystępowania w przekazie słowa i obrazu, ale nie uwzględnia tego, że użyte kody semiotyczne wchodzą ze sobą w interakcję. I tak w *Słowniku terminologii medialnej* możemy przeczytać jedynie, że *plakat* to 'ogłoszenie drukowane dużego formatu, złożone z ilustracji i tekstu, umieszczone w miejscu publicznym'[3]. Próbując dokonać analizy plakatu artystycznego jako gatunku wielokodowego,

[1] R. Opiłowski, J. Jarosz, P. Staniewski, *Wstęp – cel antologii, zarys badań, tematyka artykułów*, [w:] *Lingwistyka mediów. Antologia tłumaczeń*, red. R. Opiłowski, J. Jarosz, P. Staniewski, ATUT/Neisse Verlag, Wrocław–Dresden 2015, s. 10–12.

[2] Ewa Szczęsna w *Poetyce mediów* zauważa, że „medialne treści nie są prostą sumą narracji obrazowej, dźwiękowej i słownej, tylko efektem ich wzajemnego przenikania i oddziaływania – procesem transsemiotycznym", E. Szczęsna, *Poetyka mediów: polisemiotyczność, digitalizacja, reklama*, nakł. Wydziału Polonistyki Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa 2007, s. 29; za: B. Skowronek, *Mediolingwistyka*, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Pedagogicznego, Kraków 2013, s. 96. Podobnie inni polscy językoznawcy, między innymi Tomasz Piekot, Ewa Wolańska, Marek Kochan czy Małgorzata Lisowska-Magdziarz, dokonując analiz komunikatów medialnych (informacyjnych, publicystycznych i reklamowych), dostrzegają współwystępowanie różnych kodów semiotycznych. Na szczególną uwagę zasługuje propozycja Jolanty Maćkiewicz, która w artykule *Jak można badać przekazy multimodalne* wyjaśniła, czym jest multimodalność oraz zaproponowała pewne rozwiązania metodologiczne. Uczona postulowała również, aby w badaniu nad komunikatami multimodalnymi dokonywać analiz „od dołu", uwzględniając podział na gatunki.

[3] *Słownik terminologii medialnej*, red. W. Pisarek, Towarzystwo Autorów i Wydawców Prac Naukowych „Universitas", Kraków 2006, s. 147.

należy wyjść od samej teorii multimodalności oraz przyjrzeć się jej jako kategorii operacyjnej. Termin *multimodalność* został zaproponowany przez badaczy zagranicznych (po raz pierwszy użyty przez Guntera Kressa i Teo van Leeuwena[4]) i w ostatnich latach powstało wiele prac obcojęzycznych mieszczących się w ramach analizy multimodalnej[5]. Interesująca nas kategoria „definiowana jest jako użycie i kombinacja różnych kategorii semiotycznych – języka, rozmieszczenia graficznego (designu), zdjęć, filmów, kolorów itp. Przy czym kategorie te mogą się wzajemnie wzmacniać, uzupełniać lub być uporządkowane hierarchicznie"[6]. W analizie multimodalnej interesujące wydaje się nie tylko zauważenie, że w procesie nadawania znaczeń wykorzystuje się inne niż język kody semiotyczne, ale przede wszystkim podkreślenie, że podział pracy tych systemów w generowaniu treści konkretnych komunikatów może być różny[7]. Znaczenie przekazu multimodalnego nie jest więc prostą sumą znaczeń poszczególnych znaków, ale indywidualnie (przez odbiorcę) tworzoną wypadkową integracji składników, wchodzących ze sobą w wieloetapowe interakcje.

Ze względu na analizowany gatunek ograniczę się do omówienia relacji języka i obrazu w multimodalnym tekście kultury – plakacie artystycznym. W świetle wyżej przedstawionych tez inspirujące wydaje się założenie niemieckiej lingwistyki obrazu, że „obrazy materialne (tzn. wizualne), obrazy językowe (tzn. wyrażenia ilustrujące, obrazowe, obrazujące, metafory) i obrazy mentalne (wyobrażenia) są ze sobą nierozerwalnie połączone i jako takie muszą być rozpatrywane"[8]. Interesująca wydaje się również powiązana z tym stwierdzeniem teoria transkrypcji Ludwiga Jägera. Według językoznawcy:

---

[4] G. Kress, T. van Leeuwen, *Reading images: the grammar of visual design*, Psychology Press, London 1996; G. Kress, T. van Leeuwen, *Multimodal discourse: the modes and media of contemporary communication*, Arnold, London 2001.

[5] Zob. *ibidem*; G. Kress, T. van Leeuwen, *Kolor jako system semiotyczny: wstęp do gramatyki koloru*, [w:] *Systemowo-funkcjonalna analiza dyskursu*, red. A. Duszak, G. Kowalski, Towarzystwo Autorów i Wydawców Prac Naukowych „Universitas", Kraków 2013, s. 229–257; Ch. Forceville, *A Course in Pictorial and Multimodal Metaphor*, 2007, http://projects. chass. utoronto. ca/semiotics/cyber/cforceville2.pdf [dostęp: 30.04.2016]; R. Iedema, *Multimodalna analiza dyskursu: Resemiotyzacja na potrzeby dyskursów użytkowych*, [w:] *Systemowo-funkcjonalna analiza dyskursu*, *op. cit.*, s. 197–227; M. Klemm, H. Stöckl, *Lingwistyka obrazu – umiejscowienie dyscypliny, przegląd, dezyderaty badawcze*, [w:] *Lingwistyka mediów…*, *op. cit*., s. 45–56; H. J. Bucher, *Rozumienie multimodalne lub recepcja jako interakcja. Teoretyczne i empiryczne podstawy systematycznej analizy multimodalności*, [w:] *Lingwistyka mediów…*, *op. cit.*, s. 79–110; H. Stöckl, *Czytanie tekstów językowo-obrazowych? Elementy kompetencji podstawowej*, [w:] *Lingwistyka mediów…*, *op. cit.*, s. 113–137.

[6] H. J. Bucher, *op. cit.*, s. 88.

[7] Zob. R. Iedema, *op. cit.*, s. 197–227.

[8] M. Klemm, H. Stöckl, *op. cit.*, s. 47.

> […] przenosimy znaczenia jednego systemu symboli na inny i transportujemy teksty z jednego medium do innego. […] Pełne treści przekazujemy naszemu otoczeniu w działaniach społecznych tylko wtedy, gdy przekazywane treści w jednym systemie znaków są przez inne komentowane, wyjaśniane lub parafrazowane[9].

Koncepcja transkrypcji Jägera potwierdza praktykę moich dotychczasowych analiz materiałowych, w których dostrzegałam, że obrazy ikoniczne odbierane są za pośrednictwem obrazów mentalnych – utrwalonych w umysłach wyobrażeń, te natomiast mogą być jednocześnie obrazami stojącymi za słowami[10].

W prowadzonych badaniach istotne wydaje się również dostrzeżenie kontekstu, w jakim usytuowany jest analizowany gatunek. Znaczenie polskiego plakatu artystycznego osadzone jest w kulturze i możliwe do odczytania jedynie przy uruchomieniu licznych kontekstów historyczno-kulturowych, uwzględnieniu konotacji znaków werbalnych i wizualnych (specyficznych dla danej wspólnoty językowo-kulturowej, wyznającej określone wartości) oraz dostrzeżeniu bogatej symboliki i semantyki barw.

Zgodnie z postulatem analizy multimodalnej, do badania komunikatów wielokodowych można, a nawet należy, wykorzystywać dopasowane do materiału, poddane „rekontekstualizacji”[11] koncepcje lingwistyczne. Do opisu plakatu artystycznego jako gatunku adekwatne wydaje się zastosowanie narzędzi analizy wypracowanych na gruncie genologii lingwistycznej. W dalszej części referatu postaram się pokazać, jak można zinterpretować plakat, stosując metodologię analizy gatunków Marii Wojtak, określając aspekt strukturalny, pragmatyczny, poznawczy i stylistyczny[12]. W związku z występowaniem wielu odmian plakatu (reklamowy, propagandowy, filmowy, teatralny, operowy, wystawowy, cyrkowy, muzyczny, okolicznościowy, *self edition*) i brakiem możliwości rzetelnego opracowania jednocześnie wszystkich z nich skupię się jedynie na najbardziej mnie interesującym – plakacie teatralnym. Ten natomiast traktować będę jako „metakomunikat” – arty-

[9] L. Jäger, *Transkriptivität. Zur medialen Logik der kulturellen Semantik*, [w:] L. Jäger, G. Stanitzek, *Transkribieren. Medien/Lektüre*, Wilhelm Fink Verlag, München 2002, s. 35; za: H. Stöckl, *op. cit.*, s. 114–115.

[10] Zob. R. Tokarski, *Światy za słowami. Wykłady z semantyki leksykalnej*, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2013.

[11] Termin *rekontekstualizacja* został wprowadzony przez praktyków szkoły Krytycznej Analizy Dyskursu i jest stosowany jako narzędzie działań interdyscyplinarnych i transsemiotycznych, przy czym: „«rekontekstualizację» rozumieć należy jako rodzaj «tłumaczenia», w którym rekontekstualizowane kategorie włączane są w spójną relację z kategoriami zastanymi, a przez to transformowane” (A. Duszak, N. Fairclough, *Wstęp. Krytyczna analiza dyskursu – nowy obszar badawczy dla lingwistyki i nauk społecznych*, [w:] *Krytyczna analiza dyskursu: interdyscyplinarne podejście do komunikacji społecznej*, red. A. Duszak, N. Fairclough, Towarzystwo Autorów i Wydawców Prac Naukowych „Universitas”, Kraków 2008, s. 13).

[12] M. Wojtak, *Gatunki prasowe*, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2004, s. 16–17.

styczną intelektualną interpretację innego tekstu. Teoretyczne rozważania zostaną poparte analizą reprezentatywnego przykładu – plakatu Henryka Tomaszewskiego do teatralnej realizacji *Historii* Witolda Gombrowicza.

Określając aspekt strukturalny gatunkowego wzorca plakatu teatralnego, warto ponownie odwołać się do teoretycznych założeń analizy multimodalnej, dostrzegając, że w przekazie użyte zostały różne kategorie semiotyczne – język, obraz, rozmieszczenie graficzne (*layout*), znacząca typografia (*design* tekstu), określona kolorystyka – przy czym kategorie te wzajemnie się przenikają i wchodzą w wieloetapowe interakcje[13]. Zauważmy, że w komunikatach wielokodowych niejednokrotnie znaki językowe pełnią funkcje obrazu i odwrotnie.

Na plakacie Henryka Tomaszewskiego do *Historii*, podobnie jak w wielu innych graficznych dziełach mistrza, w związku z zastosowaniem typografii własnej, słowa są traktowane jako znaczące elementy wizualne. Z komentarza Agnieszki Szewczyk do twórczości Tomaszewskiego możemy się dowiedzieć, że w warsztacie grafika:

> […] stosowanie coraz częściej odręcznego liternictwa doprowadziło do unifikacji litery i znaku – przeniesienia typografii w sferę obrazowania za pomocą dowolnie tworzonych form i barw. Odwrotny zabieg przeprowadził względem obrazów, które w wyniku coraz większej sublimacji i upraszczania formy zamieniane były w projektach Tomaszewskiego w znaki graficzne[14].

Obrazowość tekstu i graficzność obrazu stapiają się w artystycznym plakacie w „makroznak", którego znaczenie można odczytać, dostrzegając jego amalgamatową strukturę (stwierdzeniem tym nawiązuję do koncepcji amalgamatów pojęciowych Gilles'a Fauconniera i Marka Turnera, która znalazła już zastosowanie w analizach i interpretacjach komunikatów multimodalnych[15]). W plakacie elementy werbalne – tytuł sztuki (odsyłający do całego tekstu dramatycznego, ale też uruchamiający konotacje nazwy pospolitej *historia*), nazwisko autora dramatu, miejsce inscenizacji, nazwisko autora plakatu, rok powstania – oraz wizualne (przedstawiona zielona stopa) przenikają się i oddziałują na siebie w procesie odbioru plakatu teatralnego. Wydaje się, że punktem wspólnym wszystkich składowych przekazu jest Gombrowiczowska kategoria „bosości" – kluczowa dla anonsowanej sztuki teatralnej. Według Jana Błońskiego „takie pojęcia jak

[13] Zob. J. H. Bucher, *op. cit.*, s. 88.

[14] A. Szewczyk, *Lekcja widzenia*, [w:] *Henryk Tomaszewski*, red. eadem, Wydawnictwo Bosz, Warszawa 2014, s. 46.

[15] Zob. *Amalgamaty kognitywne w sztuce*, red. A. Libura, Towarzystwo Autorów i Wydawców Prac Naukowych „Universitas", Kraków 2007; E. Bolek, *Metodologia amalgamatów kognitywnych w interpretacji plakatów artystycznych*, [w:] *Język a media. Zjawiska językowe we współczesnych mediach*, red. B. Skowronek, E. Horyń, A. Walecka-Rynduch, Collegium Columbinum, Kraków 2016, s. 223–234.

«nagość» uruchamiają u Gombrowicza nigdy nie zamknięty ciąg skojarzeń, z których żadne nie wynika koniecznie z poprzedniego”[16]. Kategoria „bosości” przenika się z kategorią „nagości” i w kontekście *Historii* odwołuje do ciągu konotacji: ‘niedojrzałość’ – ‘młodość’ – ‘energia’ – ‘natura’ – ‘prawda’ – ‘dziecinność’ – ‘bezbronność’ – ‘uwolnienie od samego siebie’ – ‘odrzucenie formy’. Ostatnia cecha – ‘odrzucenie formy’ – jest jednocześnie jedynym wyznacznikiem stylu Henryka Tomaszewskiego, artysty który „posługiwał się metodą eliminacji – usuwania z projektu wszystkich zbędnych elementów, odrzucał jednak rygor formalny na rzecz rygoru myślenia”[17].

W plakacie teatralnym tekstowe konotacje „bosości” nakładają się na znaczenie znaku wizualnego. Istotne wydaje się użycie koloru zielonego, który w plakacie, podobnie jak bosa stopa w *Historii*, uruchamia jednocześnie konotacje ‘niedojrzałości’ i ‘dziecinności’ oraz ‘energii’ i ‘natury’. W przekazie wizualnym ważny wydaje się jeszcze jeden ze składowych elementów obrazu – znak „V” (*Victoria* ‘zwycięstwo’). Henryk Tomaszewski wykorzystuje w 1983 roku symbol, obecny przez ostatnie miesiące jako wyraz oporu wobec systemu na wszystkich manifestacjach demonstrantów w czasie stanu wojennego[18] i nakłada go na obraz bosej stopy. W Gombrowiczowskiej *Historii* jest to znak obnażenia opresyjnych, XX-wiecznych systemów politycznych, odbierających jednostce wolną wolę. Początkowe wrażenie trywializacji znaku Victorii, pokazywanego palcami u stóp, zostaje zatarte, a nałożenie znaku „V” na obraz zielonej bosej stopy – uzasadnione treściami sztuki, którą plakat zapowiada. Wiedząc, że w pracach mistrza sztuki plakatu nie ma przypadku, warto zastanowić się też nad pozostałymi barwami użytymi w przekazie. Wydaje się, z dużym prawdopodobieństwem, że niebieski, biały i czerwony odsyłają do kolorów flagi francuskiej (w napisie *Historia* występują nawet w pożądanej kolejności) i mogą uruchamiać ciąg skojarzeń związanych z rewolucją, równością i wolnością, a te są jednocześnie wartościami, o których mowa w Gombrowiczowskim dramacie.

Analiza reprezentatywnego przykładu materiałowego wyprzedziła w pewien sposób opis aspektu pragmatycznego – kolejnego komponentu gatunkowego wzorca plakatu teatralnego – na który składają się obraz nadawcy i odbiorcy, cel komunikatu oraz kontekst życiowy gatunku[19]. Warto jednak podkreślić, że

[16] J. Błoński, *Historia i Operetka*, „Dialog” 1971, nr 6; za: K. A. Jeleński, *Od bosości do nagości*, [w:] W. Gombrowicz, *Iwona, księżniczka Burgunda, Ślub, Operetka, Historia*, Wydawnictwo Literackie, Kraków 1994, s. 352.

[17] A. Szewczyk, *op. cit.*

[18] Premiera *Historii* w Teatrze Nowym miała miejsce w grudniu 1983 roku, a więc kilka miesięcy po zniesieniu stanu wojennego.

[19] M. Wojtak, *op. cit.*, s. 16.

przy analizie artystycznych plakatów teatralnych podział ról nadawcy i odbiorcy nie jest oczywisty. Nadawcą wydaje się plakacista, który zdaje relację z treści spektaklu teatralnego. Zgodnie z tym założeniem plakat, jak już wcześniej wspomniałam, staje się „metakomunikatem" – interpretacją innego tekstu – dzieła dramatycznego – też już zinterpretowanego przez reżysera spektaklu teatralnego. Odbiorcy plakatów teatralnych nadają odczytywanym komunikatom różne znaczenia, opierając się na właściwej sobie wiedzy[20]. Oszczędność znaków graficznych w plakacie teatralnym może prowadzić do interpretacji skrajnie subiektywnych oraz negocjacji znaczeń przekazu między nadawcą a odbiorcą. O celowej inicjacji tego procesu Tomaszewski mówił: „Pracując nad obrazem plakatu, pragnę go wyartykułować prawie niczym i zmusić odbiorcę, by resztę sam sobie dośpiewał. Liczę na jego współautorstwo"[21]. Wydaje się, że interpretowany plakat, widziany w 1983 roku w jego naturalnym kontekście życiowym – na ulicy, wyzwalał jeszcze jeden ciąg skojarzeń. Dla odbiorców, którzy nie znali Gombrowiczowskiego dramatu, już samo słowo *historia*, odczytywane w aktualnej sytuacji politycznej, mogło odsyłać do historii, która działa się na ich oczach – stanu wojennego.

Określając cel komunikatu jako nie tylko autoteliczny (związany z tworzeniem artystycznego dzieła), ale również, a może przede wszystkim, utylitarny – promocyjny (plakat teatralny ma przecież anonsować spektakl oraz zachęcać do obejrzenia widowiska), warto przejść do opisu aspektu poznawczego. Jednocześnie w analizie gatunkowego wzorca plakatu teatralnego należy zwrócić szczególną uwagę na perspektywę i punkt widzenia.

Komunikat wizualny, jeśli ma być zrozumiały dla odbiorcy, nie może być oderwany od rzeczywistości. Przy czym rzeczywistość należy rozumieć bardzo szeroko – obejmuje ona nie tylko realnie istniejący świat, ale też kulturowo przypisywaną znakom (językowym i pozajęzykowym) symbolikę czy znajomość innych tekstów kultury. Nadawca, jeśli chce, aby jego przekaz był perswazyjny, musi uwzględnić punkt widzenia i perspektywę odbiorcy. Jednocześnie grafik zobowiązany jest do przestrzegania wymogów formalnych plakatu teatralnego – tzn. treść plakatu musi jakoś odnosić się do treści zapowiadanego spektaklu. Znaczenie przekazu nie ogranicza się więc do tego, co odbiorca widzi na samym

[20] Por.: „Każdy użytkownik języka i mediów dysponuje właściwymi dla siebie sposobami konceptualizacji świata (indywidualnymi kontekstami epistemologicznymi, doświadczeniami, wiedzą, kompetencjami językowymi), stąd też te same przestrzenie «na wejściu» mogą w rezultacie prowadzić do powstania u różnych osób odmiennych i z reguły niepowtarzalnych w swym kształcie amalgamatów, czyli do zjawiska nadawania odmiennych znaczeń temu samemu komunikatowi, zjawisku czy tekstowi" (B. Skowronek, *op. cit.*, s. 134).

[21] *Wciąż chcę nie umieć. Z Henrykiem Tomaszewskim rozmawia Janina Paszkiewicz-Jägers*, „Polityka" 1988, nr 25, s. 1, 7; za: A. Szewczyk, *op. cit.*

plakacie, ale jest motywowane tekstem dzieła dramatycznego, interpretowanego przez grafika. Plakacista – Mirosław Adamczyk – przyznaje:

[…] nie wiem przecież, jaki kształt przybierze spektakl, do którego projektuję plakat, znam jednak jego treść. To najwdzięczniejsza, dająca najszersze możliwości twórcze i kreacyjne, ale zarazem najtrudniejsza z form plakatowych. Nie myślę oczywiście o prostackiej ilustracji tytułu, ale o pozwalającej na własną interpretację głębszej analizie istotnych treści tekstu dramatycznego[22].

W podobnym duchu wypowiada się Leszek Żebrowski, według którego:

[…] projekty plakatu teatralnego to malarskie, graficzne lub fotograficzne ukazanie syntezy emocji twórczych, napięć, przeżyć i doświadczeń projektanta powstałych przez skojarzenie z tytułem sztuki, fabułą, warstwą poetycką i dramaturgiczną, autorem, a nawet drobnymi didaskaliami i rekwizytami z przedstawienia – oglądanymi na próbach albo eksponowanymi przez reżysera[23].

Określając aspekt stylistyczny wzorca gatunkowego, stawiam hipotezę, że plakat teatralny posługuje się artystycznym stylem wypowiedzi. Potwierdzeniem tak jednoznacznie sformułowanego wyznacznika są słowa teoretyków i praktyków sztuk wizualnych. Seweryna Wysłouch w monografii *Wyprzedaż semiotyki* stwierdza, że:

[…] plakat polski, w którym dominowała problematyka kulturalna, uczył się od literatury. Henryk Tomaszewski, Jan Lenica, Franciszek Starowieyski, Roman Cieślewicz czy Waldemar Świerzy – by przez obraz sygnalizować problematykę sztuk i filmów – sięgali do repertuaru chwytów specyficznie literackich: tworzyli symbole i metafory, zestawiając i przekształcając znaki wizualne tak samo, jak poeta zestawia i przekształca słowo[24].

W podobnym tonie wypowiadali się sami artyści. Henryk Tomaszewski, definiując pojęcie *Polskiej Szkoły Plakatu*, powiedział:

[…] było ono po prostu propozycją nowej metody porozumienia się między grafikiem a odbiorcą. Stworzyliśmy nowy język znaczeniowy. Polegało to na odrzuceniu opisu narracyjnego na korzyść daleko posuniętego skrótu pojęciowego opartego na kojarzeniu wyobrażeń – inaczej – na asocjacjach czy metaforach. Po prostu obraz do oglądania zamieniliśmy na obraz do czytania[25].

Pokazaliśmy, że w tej dziedzinie sztuki można coś pomyśleć i pokazać innej głowie – znakiem plastycznym, metaforą, napomknąć o czymś i wywołać inny, niż przewidywalny, odbiór[26].

---

[22] Słowa przywołane w artykule C. Niedziółki (C. Niedziółka, *Zadziwiający wigor*, „Teatr" 2008, nr 6, s. 77).

[23] Słowa przywołane w artykule C. Niedziółki (C. Niedziółka, *op. cit.*, s. 80).

[24] S. Wysłouch, *Wyprzedaż semiotyki*, Wydawnictwo Poznańskie Studia Polonistyczne, Poznań 2011, s. 221.

[25] *Henryk Tomaszewski rozmawia z redakcją*, „Projekt" 1974, nr 3, s. 33.

[26] A. Skoczylas, J. Skoczylas, *„Przychodzi mi do głowy, żeby wszystko rzucić i sobie rysować…" rozmowa z Henrykiem Tomaszewskim*, „Sztuka" 1978, nr 1, s. 20.



Ryc. 1. Plakat teatralny Henryka Tomaszewskiego do spektaklu *Historia*, 1983

Źródło: *Henryk Tomaszewski*, red. A. Szewczyk, Wydawnictwo Bosz, Warszawa 2014, s. 223.

W analizowanym reprezentatywnym przykładzie – plakacie Tomaszewskiego do Gombrowiczowskiej *Historii* – mamy do czynienia z wykorzystaniem symbolu – znaku „V" *Victoria* – rozbiciem jego struktury (znak wizualizowany nie gestem palców dłoni, ale stopy) i nadaniem nowych sensów, motywowanych treścią interpretowanego dramatu oraz osadzonych w ówczesnej sytuacji politycznej (plakat w jego naturalnym środowisku ulicy pojawił się kilka miesięcy po zniesieniu stanu wojennego). Artystyczny język sztuki plakatu przejawia się więc nie tylko w sięganiu po takie środki, jak: symbol, aluzja, cytat czy metafora, ale też w twórczym przekształcaniu znaków i znaczeń, mocno osadzonych w kontekstach innych tekstów kultury oraz wiedzy kulturowej.

Podsumowując, struktura gatunkowego wzorca artystycznego plakatu teatralnego składa się z wchodzących ze sobą w interakcję kodów semiotycznych – języka (tytułu sztuki, nazwiska autora dramatu, miejsca inscenizacji, nazwiska/podpisu autora plakatu, roku powstania) oraz obrazu (znaków graficznych, znaczącej typografii, rozmieszczenia graficznego, zastosowanej kolorystyki). Kody te wzajemnie się przenikają i w komunikatach multimodalnych niejednokrotnie znaki językowe pełnią funkcję obrazu i odwrotnie. Posłużenie się kategorią multimodalności pozwala w odczytaniu plakatowych treści na nakładanie na siebie znaczeń obrazów ikonicznych, obrazów mentalnych i obrazów stojących za słowami. W przypadku wnikliwej interpretacji plakatu teatralnego jednym z kontekstów, koniecznych do uruchomienia, jest przesłanie sztuki teatralnej, anonsowanej przez analizowany przekaz wielokodowy. Plakat, posługujący się stylem artystycznym, jest jednocześnie przekazem perswazyjnym, uwzględniającym punkt widzenia i perspektywę odbiorcy, osadzonym w rzeczywistości rozumianej szeroko – nie tylko jako realnie istniejący świat, ale też obejmującej znajomość symboli, kontekstów historyczno-kulturowych oraz innych tekstów kultury.

Bibliografia

Amalgamaty kognitywne w sztuce, red. A. Libura, Towarzystwo Autorów i Wydawców Prac Naukowych „Universitas", Kraków 2007.

Błoński J., *Historia i Operetka*, „Dialog" 1971, nr 6.

Bolek E., *Metodologia amalgamatów kognitywnych w interpretacji plakatów artystycznych*, [w:] *Język a media. Zjawiska językowe we współczesnych mediach*, red. B. Skowronek, E. Horyń, A. Walecka-Rynduch, Collegium Columbinum, Kraków 2016.

Bucher H. J., *Rozumienie multimodalne lub recepcja jako interakcja. Teoretyczne i empiryczne podstawy systematycznej analizy multimodalności*, [w:] *Lingwistyka mediów. Antologia tłumaczeń*, red. J. Jarosz, R. Opiłowski, P. Staniewski, ATUT/Neisse Verlag, Wrocław–Dresden 2015.

Duszak A., Fairclough N., *Wstęp. Krytyczna analiza dyskursu – nowy obszar badawczy dla lingwistyki i nauk społecznych*, [w:] *Krytyczna analiza dyskursu: interdyscyplinarne podejście do komunikacji społecznej*, red. A. Duszak, N. Fairclough, Towarzystwo Autorów i Wydawców Prac Naukowych „Universitas", Kraków 2008.

Forceville Ch., *A Course in Pictorial and Multimodal Metaphor*, 2007, http://projects.chass.utoronto.ca/semiotics/cyber/cforceville2.pdf [dostęp: 30.04.2016].

Gunther K., Leeuwen T. van, *Multimodal discourse: the modes and media of contemporary communication*, Arnold, London 2001.

Henryk Tomaszewski rozmawia z redakcją, „Projekt" 1974, nr 3.

Iedema R., *Multimodalna analiza dyskursu: resemiotyzacja na potrzeby dyskursów użytkowych*, [w:] *Systemowo-funkcjonalna analiza dyskursu*, red. A. Duszak, G. Kowalski, Towarzystwo Autorów i Wydawców Prac Naukowych „Universitas", Kraków 2013.

Jäger L., *Transkriptivität. Zur medialen Logik der kulturellen Semantik*, [w:] L. Jäger, G. Stanitzek, *Transkribieren. Medien/Lektüre*, Wilhelm Fink Verlag, München 2002.

Jarosz J., Opiłowski R., Staniewski P., *Wstęp – cel antologii, zarys badań, tematyka artykułów*, [w:] *Lingwistyka mediów. Antologia tłumaczeń*, red. J. Jarosz, R. Opiłowski, P. Staniewski, ATUT/Neisse Verlag, Wrocław–Dresden 2015.

Jeleński K. A., *Od bosości do nagości*, [w:] W. Gombrowicz, *Iwona, księżniczka Burgunda, Ślub, Operetka, Historia*, Wydawnictwo Literackie, Kraków 1994.

Klemm M., Stöckl H., *Lingwistyka obrazu – umiejscowienie dyscypliny, przegląd, dezyderaty badawcze*, [w:] *Lingwistyka mediów. Antologia tłumaczeń*, red. J. Jarosz, R. Opiłowski, P. Staniewski, ATUT/Neisse Verlag, Wrocław–Dresden 2015.

Kress G., Leeuwen T. van, *Kolor jako system semiotyczny: wstęp do gramatyki koloru*, [w:] *Systemowo-funkcjonalna analiza dyskursu*, red. A. Duszak, G. Kowalski, Towarzystwo Autorów i Wydawców Prac Naukowych „Universitas", Kraków 2013.

Kress G., Leeuwen T. van, *Multimodal discourse: the modes and media of contemporary communication*, Arnold, London 2001.

Kress G., Leeuwen T. van, *Reading images: the grammar of visual design*, Psychology Press, London 1996.

Maćkiewicz J., *Jak można badać przekazy multimodalne*, „Język Polski" 2016, z. 2.

Niedziółka C., *Zadziwiający wigor*, „Teatr" 2008, nr 6.

Opiłowski R., Jarosz J., Staniewski P., *Wstęp – cel antologii, zarys badań, tematyka artykułów*, [w:] *Lingwistyka mediów. Antologia tłumaczeń*, red. R. Opiłowski, J. Jarosz, P. Staniewski, ATUT/Neisse Verlag, Wrocław–Dresden 2015

Skoczylas A., Skoczylas J., *„Przychodzi mi do głowy, żeby wszystko rzucić i sobie rysować…" rozmowa z Henrykiem Tomaszewskim*, „Sztuka" 1978, nr 1.

Skowronek B., *Mediolingwistyka*, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Pedagogicznego, Kraków 2013.

Słownik terminologii medialnej, red. W. Pisarek, Towarzystwo Autorów i Wydawców Prac Naukowych „Universitas", Kraków 2006.

Stöckl H., *Czytanie tekstów językowo-obrazowych? Elementy kompetencji podstawowej*, [w:] *Lingwistyka mediów. Antologia tłumaczeń*, red. J. Jarosz, R. Opiłowski, P. Staniewski, ATUT/Neisse Verlag, Wrocław–Dresden 2015.

Szczęsna E., *Poetyka mediów: polisemiotyczność, digitalizacja, reklama*, nakł. Wydziału Polonistyki Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa 2007.

Szewczyk A., *Lekcja widzenia*, [w:] *Henryk Tomaszewski*, red. A. Szewczyk, Wydawnictwo Bosz, Warszawa 2014.

Tokarski R., *Światy za słowami*, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2013.

Wciąż chcę nie umieć. Z Henrykiem Tomaszewskim rozmawia Janina Paszkiewicz-Jägers, „Polityka" 1988, nr 25.

Wojtak M., *Gatunki prasowe*, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2004.

Wysłouch S., *Wyprzedaż semiotyki*, Wydawnictwo Poznańskie Studia Polonistyczne, Poznań 2011.

Grzegorz Majkowski
Uniwersytet Technologiczno-Humanistyczny im. Kazimierza Pułaskiego w Radomiu

FUNKCJA INFORMACYJNA GATUNKÓW MOWY (NA PRZYKŁADZIE WSPÓŁCZESNEJ ULOTKI WYBORCZEJ)

Demokracja zakłada, że „miejsce władzy pozostaje puste”[1] i wymaga, aby polityczną „pustkę” stale wytwarzać i jednocześnie wypełniać. Służą temu działaniu między innymi kampanie wyborcze. W czasie ich trwania rywalizujące strony informują odbiorców o swoich planach politycznych i gospodarczych. Przekonują potencjalnych wyborców do poparcia przedstawianych propozycji. W interakcji wykorzystują rozmaite teksty, w tym ulotki[2].

Rozwój internetu i nowych mediów nie spowodował usunięcia ulotki z przestrzeni wyborczej[3]. Jest ona nadal ważnym gatunkiem tekstu wyborczego[4] i szerzej jednym z gatunków dyskursu politycznego. Należy do dużej grupy tekstów wyborczych, obok np. folderów wyborczych, spotów telewizyjnych, spotów w internecie[5]. Wielość gatunków wypowiedzi w dyskursie politycznym świadczy o ugruntowaniu systemu demokratycznego i jego skuteczności. Demokracja

[1] E. Laclau, *Demokracja i kwestia władzy*, [w:] *Język, dyskurs, społeczeństwo. Zwrot lingwistyczny w filozofii społecznej*, red. L. Rasiński, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2009, s. 334–347.

[2] W ujęciu słownikowym *ulotka* to ‘druk zawierający krótki, zwięzły tekst mający charakter propagandy politycznej lub pełniący rolę reklamy’ JPWSJPDun, s.v. *ulotka*. Za ulotkę uznaje się ‘druk jedno- lub dwukartkowy o charakterze reklamowym lub propagandowym, przeznaczony do szybkiego rozpowszechniania poprzez rozdawanie, rozrzucanie, rozklejanie itp.’ PSBCzap, s.v. *ulotka*, *wolant.*

[3] Świadczą o tym przeprowadzone przeze mnie obserwacje ostatnich kampanii samorządowych oraz na Prezydenta RP z lat 2014–2015. Należy jednak zaznaczyć, że internet i nowe media są coraz częściej wykorzystywane w kampaniach wyborczych i w ogóle w komunikacji politycznej. Mamy do czynienia z tzw. sieciowymi kampaniami wyborczymi. Na ten temat zob. *Kampania w sieci*, red. D. Batorski, J. M. Zając, Wydawnictwo ISP, Warszawa 2011; J. M. Zając, *Wykorzystanie Internetu w komunikacji politycznej i w kampaniach wyborczych*, [w:] *350 lat prasy polskiej*, red. M. Jabłonowski, U. Jakubowska et al., Wydawnictwo IBL PAN, Warszawa 2012, s. 293–306.

[4] G. Majkowski, *Ulotka jako gatunek tekstu wyborczego*, Wydawnictwo OFI, Warszawa 2015, s. 103–123. Gatunek ulotki wyborczej jest w tej publikacji omówiony z perspektywy lingwistyczno-genologicznej z uwzględnieniem czynnika kulturowego i pragmatycznego.

[5] Zob. K. Ożóg, *Język w służbie polityki. Językowy kształt kampanii wyborczych*, Wydawnictwo UR, Rzeszów 2004.

umożliwia obywatelom swobodę wypowiedzi, prowadzenie działalności politycznej i komunikowanie o niej za pomocą różnych gatunków tekstów. Zależność, która dotyczy w ogóle społecznych oczekiwań w demokratycznym państwie i wielości tekstów zauważył Stanisław Gajda: „Im większa jest rozpiętość społeczno-kulturowych potrzeb i celów, tym szerszy i zasobniejszy okazuje się poczet gatunków. Wraz ze zmianami społecznymi zmienia się i system gatunkowy”[6]. Państwo jest w tym wypadku szczególnym „generatorem gatunków mowy”[7].

Zdaniem Marii Wojtak funkcja tekstu ma ścisły związek z płaszczyzną pragmatyczną gatunku, jest jej składnikiem. Jednocześnie z komponentem poznawczym, strukturalnym i stylistycznym buduje wzorzec gatunkowy tekstu[8].

Ulotki wyborcze pełnią przede wszystkim funkcję informacyjną i perswazyjną. Przeważa w nich – ze względu na kontekst i intencje nadawcze – funkcja perswazyjna[9].

W celu przybliżenia gatunków tekstów wyborczych wybieramy do opisu funkcję informacyjną[10]. Materiał niezbędny do wyciągnięcia wniosków pochodzi

[6] S. Gajda, *Gatunkowe wzorce wypowiedzi*, [w:] *Polska genologia lingwistyczna. Zagadnienia i problemy współczesnej genologii*, t. 2, red. D. Ostaszewska, R. Cudak, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2008, s. 139.

[7] M. Kita, *Państwo jako generator gatunków mowy*, „Biuletyn Polskiego Towarzystwa Językoznawczego” 2002, z. 58, s. 65–74.

[8] M. Wojtak, *Gatunki prasowe*, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2004; eadem, *Wzorce gatunkowe wypowiedzi a realizacje tekstowe*, [w:] *Gatunki mowy i ich ewolucja*, t. 2: *Tekst a gatunek*, red. D. Ostaszewska, Wydawnictwo UŚ, Katowice 2004, s. 29–39; eadem, *O relacjach dyskursu, stylu, gatunku i tekstu*, „tekst i dyskurs – text und diskurs” 2011, nr 4, s. 69–78. Funkcję tekstu odnoszą do gatunków wypowiedzi także inni badacze, np.: A. Duszak, *Tekst, dyskurs, komunikacja międzykulturowa*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1998; B. Witosz, *Genologia lingwistyczna. Zarys problematyki*, Wydawnictwo UŚ, Katowice 2005, s. 171; E. Malinowska, *Konstytucja jako gatunek tekstu prawnego*, Wydawnictwo UO, Opole 2012, s. 77.

[9] Na temat podziału funkcji wypowiedzi (tekstu) na funkcję informacyjną i funkcje pozainformacyjne, np. funkcję nakłaniającą, sprawczą, ekspresywną, kreatywną zob. R. Grzegorczykowa, *Problem funkcji języka i tekstu w świetle teorii aktów mowy*, [w:] Język a Kultura, t. 4: *Funkcje języka i wypowiedzi*, red. J. Bartmiński, R. Grzegorczykowa, Wiedza o Kulturze, Wrocław 1991, s. 26. W konkretnych wypowiedziach występuje najczęściej wiele funkcji. Jedna z nich, jako dominująca, wskazuje na typ tekstu. Podstawowa funkcja tekstu to funkcja komunikatywna, realizuje się tylko w konkretnych tekstach, zob. J. Puzynina, *O funkcjach języka, tekstu oraz ich elementów leksykalnych*, [w:] *Z zagadnień słownictwa współczesnego języka polskiego*, red. M. Szymczak, „Prace Językoznawcze” 1978, 91, s. 151–160. Badacze podejmują także problem relacji między intencją a funkcją tekstu. Obie kategorie utożsamiają ze sobą, zob. R. Grzegorczykowa, *op. cit.*, s. 11–28 lub stawiają tezę o odmienności funkcji i intencji tekstu, zob. S. Gajda, *op. cit.*; J. Bartmiński, S. Niebrzegowska-Bartmińska, *Tekstologia*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2009, s. 155 i nast.; idem, eadem, *Intencja a funkcja tekstu*, [w:] *Oblicza komunikacji*, t. 1, seria: *Język a komunikacja*, t. 12, red. I. Kamińska-Szmaj, T. Piekot, M. Zaśko-Zielińska, Wydawnictwo Tertium, Kraków 2006, s. 25–44.

[10] Szerzej na ten temat zob. G. Majkowski, *Ulotka jako gatunek…*, *op. cit.*, s. 103–123.

z ulotek wyborczych kolportowanych od 1989 roku[11], a więc w czasie wyborów prezydenckich w 1990 roku (pierwszych po II wojnie światowej w pełni równych, wolnych, powszechnych, przeprowadzonych w głosowaniu tajnym), wyborów samorządowych w III RP z lat: 2002, 2010 i 2014. Szerszy materiał, który dotyczy kampanii wyborczych przeprowadzanych w Polsce od 1918 roku, został poddany analizie w innym miejscu[12].

Informowanie stanowi ważną funkcję komunikacji społecznej[13]. Ułatwia odbiorcy komunikatu świadome kierowanie własnym działaniem.

Ulotka jest drukiem niewielkich rozmiarów (zob. przypis 2), co sprawia, że nadawca musi dokonać selekcji w zasobie danych i wybrać informacje najważniejsze oraz najbardziej przydatne w procesie przekonywania odbiorcy – potencjalnego wyborcy. Ulotka wyborcza informuje przede wszystkim o tym, *kto* jest nadawcą, dokładniej sprawcą koncepcyjno-organizacyjnym komunikatu i kandydatem w wyborach (np. do samorządu, rady dzielnicy, na prezydenta miasta, Prezydenta RP). Informacja o nadawcy jest zlokalizowana zwykle na początku ulotki (i często powtórzona na jej końcu).

Odbiorca otrzymuje przede wszystkim informację, że ma do czynienia z wydzieloną ze zbiorowości zorganizowaną grupą ludzi o tych samych lub zbliżonych poglądach, która dąży do realizacji wytyczonych celów lub z pojedynczym kandydatem. Informację tę otrzymuje w nazwach podmiotów, które kandydują, np. w zbiorach nazw własnych:

Polskie Stronnictwo Ludowe (WybSam, 2014)
Wspólnota Samorządowa Województwa Śląskiego (WspólnotaSam WŚ, 2002)
Komitet Wyborczy Wyborców (WybSam, 2014)
Kandydat do Rady Miasta Gniezna (KWW ObywGniezno, 2014)

Odbiorca otrzymuje doprecyzowaną informację, że ulotkę kieruje do niego na przykład *stronnictwo*, *wspólnota*, *komitet* (wyborczy), *partia*, *unia*, *liga*, *związek*, *zarząd*, *sztab*.

[11] Po 1989 roku nastąpiła nowa rzeczywistość polityczna i gospodarcza w Polsce, która miała wpływ na przemiany społeczne oraz na zmiany w polszczyźnie. Na ten temat zob. J. Miodek, *Polszczyzna po roku 1989*, [w:] *Złota księga. 50 lat polonistyki opolskiej. Ścieżkami współczesnego literaturoznawstwa i językoznawstwa*, red. S. Gajda, Wydawnictwo UO, Opole 2001, s. 183–187. Zmianie uległa kultura polityczna i sam język polityki, zob. B. Walczak, *Co to jest język polityki*, [w:] Język a Kultura, t. 11: *Język polityki a współczesna kultura polityczna*, red. J. Anusiewicz, B. Siciński, Wiedza o Kulturze, Wrocław 1994, s. 15–20.

[12] Zob. G. Majkowski, *Ulotka jako…*, *op. cit*.

[13] Inne funkcje komunikacji społecznej to według Walerego Pisarka: socjalizowanie, motywowanie do działania, debatowanie, edukowanie, promowanie kultury, zabawianie, integrowanie, zob. W. Pisarek, *Perswazja – jak ją widzą, jak ją piszą*, [w:] *Język perswazji publicznej*, red. K. Mosiołek-Kłosińska, T. Zgółka, Wydawnictwo Poznańskie, Poznań 2003, s. 14.

Nazwy własne informują, że nadawcą jest zorganizowana grupa osób reprezentujących wspólne poglądy polityczne, społeczne, działających razem dla osiągnięcia zamierzonych celów – *stronnictwo*, grupa osób powiązanych formalnie, mających wspólne przekonania, wykonujących jakieś zadanie (tu działanie wyborcze) – *komitet*, np. *Komitet Wyborczy Wyborców* (*KWW*) i *wspólnota* (JPW-SJPDun).

Obligatoryjne przydawki przymiotne i rzeczowne, zwykle z kolejnymi określeniami, stojące przy rzeczownikowych podstawach doprecyzowują i poszerzają informację na temat typu wspólnoty: stronnictwa, partii, ruchu, komitetu itd., np.: *ludowe* (stronnictwo), *polskich rodzin* (liga), *koalicyjny*, *wyborczy*, *wyborczy wyborców*, *sympatyków* (komitet), *wyborczy* (sztab). Oto przykłady:

Komitet Wyborczy Wyborców Obrona Lokatora i Zaufania Publicznego (KWW OLiZP, 2002)

Komitet Wyborczy Wyborców Obywatelskie Gniezno Kandydat do Rady Miasta Gniezna (KWW ObywGniezno, 2014)

Komitet Wyborczy Wyborców **Wspólnota** Samorządowa Województwa Śląskiego (WspólnotaSam WŚ, 2002)

Komitet Wyborczy **Liga** Polskich Rodzin (KW LPR 2002)

Koalicyjny Komitet Wyborczy Sojusz Lewicy Demokratycznej – Unia Pracy (KKW SLD-UP, 2002)

SZTAB WYBORCZY **Lecha Wałęsy** BIURO ŁĄCZNIKA Regionu Gdańskiego (SztabWał, 1990)

Nazwy, np. komitetów wyborczych, informują także, że nadawcą (sprawcą koncepcyjno-organizacyjnym) jest grupa osób współdziałających ze sobą, że jest to jednomyślna wspólnota. Informacje te niosą leksemy użyte w nazwach organizacji i zespołu osób, np. *porozumienie*, *wspólnota*. Odbiorca otrzymuje też informację określającą ramy działalności grupy uczestniczącej w wyborach (tym samym informację o typie kampanii wyborczej, np. kampania samorządowa). W tym wypadku podstawy rzeczownikowe *porozumienie*, *wspólnota* są zwykle rozwinięte przydawką *samorządowy*: *porozumienie samorządowe*, *wspólnota samorządowa*. Oto przykłady:

Komitet Wyborczy Wyborców **Wspólnota Samorządowa** Województwa Śląskiego (WspólnotaSam WŚ, 2002)

Komitet Wyborczy Wyborców **Sympatyków** Prawa i Sprawiedliwości (KWW Sym PiS, 2002)

Komitet Wyborczy Wyborców **Porozumienie Samorządowe** „Wspólnota" (KWW PS „Wspólnota", 2002)

Komitet Wyborczy Wyborców **Wspólnota Samorządowa** Województwa Śląskiego (WspólnotaSam WŚ, 2002)

SZTAB WYBORCZY **Lecha Wałęsy** BIURO ŁĄCZNIKA Regionu Gdańskiego (SztabWał, 1990)

W ulotce jest często eksponowany skrót nazwy własnej partii, np. *PO*, *PSL*:

PO (KW PO, 2010)

Zabieg modyfikacji lub skrócenia nazwy dotyczy wspólnot utrwalonych w świadomości odbiorców. Dzięki temu nie zmniejsza wartości informacyjnej nazwy.

Odbiorca otrzymuje informację o wspólnocie także w znaku niewerbalnym utrwalonym w powszechnej świadomości, np. w znaku liścia koniczyny[14]. Mamy w tym wypadku do czynienia z informacją intersemiotyczną. Logotyp, który jest użyty w ulotce, ikonicznie wspiera werbalną nazwę. Oto przykład:



Ryc. 1. Liść koniczyny z wpisanym w środek akronimem PSL

Źródło: Z ulotki wyborczej. Wybory samorządowe, 2014, zob. *Wykaz źródeł…*: WybSam, 2014.

Znak niewerbalny w postaci liścia koniczyny z wypisanym w środku skrótem PSL jest jednocześnie oficjalnym znakiem partii politycznej: *Polskiego Stronnictwa Ludowego*. Znak tego typu jest powszechnie używany w ulotkach i zwykle lokalizowany na początku lub na końcu, przy nazwie nadawcy komunikatu. Stanowi zwięzłą, niewerbalną informację, kto sygnuje ulotkę. Wartość tonalna znaku jest znacznie pogłębiona. W przypadku użycia w ulotce znaku Polskiego Stronnictwa Ludowego dominantę kompozycyjną ustala relacja ciemnozielonej barwy liścia koniczyny do jasnej, kremowej lub białej płaszczyzny obrazu. Zaznacza się tu wyraźnie kontrast koloru, który przyciąga uwagę odbiorcy[15].

W nazwach jest zawarta informacja nie tylko o istnieniu pewnej wspólnoty mającej określone poglądy, cele i zakres działań, ale też o funkcjonowaniu zespołu ludzi popierających konkretną partię, wyrażona leksemem *sympatycy*, np.:

Komitet Wyborczy Wyborców **Sympatyków** Prawa i Sprawiedliwości (KWW Sym PiS, 2002)

[14] Na temat symboli w ogóle zob. SSKop.

[15] Pogłębienie wartości tonalnej przedmiotu i oddziaływanie na emocje odbiorcy przez użycie kontrastowych barw jest charakterystyczne dla obrazu reklamowego, zob. E. Szczęsna, *Poetyka reklamy*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2003, s. 43–50. Mamy tu wyraźne zbliżenie ulotki wyborczej do ulotki reklamowej.

W wypadku pojedynczych kandydatów wybranych i popieranych przez określoną, formalnie zorganizowaną grupę ludzi, odbiorca otrzymuje informację, o jaką funkcję ubiega się osoba nazwana w ulotce, np. funkcję prezydenta miasta, członka rady miasta. Oto przykład:

Komitet Wyborczy Wyborców Obywatelskie Gniezno. Kandydat do Rady Miasta Gniezna (KWW ObywGniezno, 2014)

Ulotka przekazuje też informacje bezpośrednio dotyczące osoby kandydującej w wyborach. Mówi np. o wieku, wykształceniu, wykonywanym zawodzie, miejscu pracy, stanie rodzinnym, zainteresowaniach kandydata itp. Tego typu informacje zajmują centralną część ulotki. Narracja jest prowadzona w pierwszej osobie i składniowo nacechowana. Nadawca podaje te dane, które są powszechnie uznawane za pozytywne, np. poziom wykształcenia, stan rodziny, doświadczenie zawodowe, działalność społeczna. W ten sposób wprowadza do tekstu cechę prywatności i skraca dystans w relacji nadawczo-odbiorczej:

Mam 51 lat, żonaty – żona Ewa i 22-letni syn Adam. Pracuję jako kierownik Stacji Uzdatniania Wody w ZWiK „WOD-KAN" Sp. z o.o. Już od ponad 19 lat. Całe swoje życie osobiste i zawodowe związałem ze Skierniewicami, ponieważ jestem dumny, że pochodzę z tego miasta, dlatego też chciałbym jeszcze więcej pracować dla niego i jego mieszkańców. (KWW Tręb., M. Ludw., 2014)

W ulotce wyborczej kandydat może też być scharakteryzowany za pomocą równoważników zdań. Narracja jest wtedy zdecydowanie uboższa. Informacje z życia osoby ubiegającej się o wyborczy głos są podane w formie zbliżonej do skróconego *curriculum vitae*. Charakterystyka kandydata skomponowana w ten sposób nie sprzyja zbliżeniu z odbiorcą. Oto przykład:

Wiek: lat 45
Wykształcenie: średnie techniczne
Doświadczenie: zarządzanie nieruchomościami, księgowość ds. rozliczeń wspólnot mieszkaniowych
Rodzina: mężatka
Zainteresowania: książka, krzyżówki, filmy

(KWW Tręb, M. Grab., 2014)

Pewne informacje o kandydacie przynosi złożony przez niego podpis, zwykle po obietnicach wyborczych, na końcu tekstu. Dukt pisma kandydata wskazuje zwykle na stanowczość charakteru, aktywność życiową, zdolność do szybkiego podejmowania decyzji. Podpis wyraża także pozytywne nastawienie emocjonalne do odbiorcy[16].

[16] Wynika to z konstrukcji psychologicznej człowieka. Szerzej na ten temat zob. R. B. Adler, L. B Rosenfeld, R. F. Proctor II, *Relacje interpersonalne. Proces porozumiewania się*, tłum.

Wraz z rozwojem internetu w ulotkach wyborczych pojawia się kolejna informacja: adres strony internetowej kandydata, np.:

www.leszektrebski.pl (KWW Tręb., M. Ludw., 2014)

Komunikatowi werbalnemu towarzyszy obligatoryjnie komunikat niewerbalny – fotografia osoby kandydującej w wyborach. Pojawiają się także zdjęcia ukazujące taką osobę na tle jej osiągnięć dla wspólnoty, np. na tle wybudowanego placu zabaw. Fotografia kandydata zajmuje w ulotkach wyborczych miejsce centralne – górną połowę płaszczyzny. Obejmuje także znaczną część tej płaszczyzny. Rozmiary fotografii lub zdjęcia są na tyle duże, że zwykle dominują nad linią tekstu. Mamy tu do czynienia z wyeksponowaniem obiektu za pomocą zabiegu charakterystycznego dla obrazu reklamowego, czyli za pomocą hierarchizacji oraz z urzeczowieniem kandydata, sprowadzeniem do produktu, który wybiera klient. Ulotka wyborcza korzysta w tym wypadku z poetyki reklamy i znacząco zbliża się do ulotki reklamowej. Charakterystyczną jej cechą jest uzupełnianie się znaków werbalnych i niewerbalnych.

Z informacją odbiorca spotyka się także w zwrotach adresatywnych. Odnajduje w nich informację *do kogo* jest skierowana ulotka. Odbiorcą jest *wyborca*, czyli członek społeczeństwa, który posiada czynne prawo wyborcze lub wybrany adresat, np. *sąsiad* (*sąsiad* ‘osoba mieszkająca niedaleko kogoś, graniczącą miejscem zamieszkania’), mieszkaniec określonego miejsca, regionu, gminy, miasta, dzielnicy miasta: *mieszkańcy Lisińca i Wielkiego Boru* (dzielnice Częstochowy). Ulotka informuje o tym, że jest skierowana do mieszkańców w ogóle, o czym świadczą leksemy: *mieszkaniec*, *mieszkańcy*. Odbiorca otrzymuje ponadto informację o bliskości nadawcy z wyborcą, integracji z nim, głównie w wypadku użycia podanego wyżej rzeczownika *sąsiad*. Dowiaduje się także o szczególnym stosunku emocjonalnym nadawcy do odbiorcy, który jest określany często jako *drogi* (wyborca, sąsiad, mieszkaniec). Nadawca darzy odbiorcę szacunkiem, np. *Szanowny wyborco*; *Szanowni Państwo*. Wśród zwrotów adresatywnych występują formy singularne i kolektywne. Oto przykłady:

Szanowni Państwo, Drodzy Wyborcy! (KKW SLD-UP, 2002)
Szanowny Sąsiedzie! (KWW OLiZP, 2002)
Drodzy **Sąsiedzi**! (KKW SLD-UP, 2002)
Szanowny **Mieszkańcu**! (KW Sam RP, 2002)
Szanowni **Mieszkańcy**! (KWW PS „Wspólnota”, 2002)
Drodzy Sąsiedzi! **Mieszkańcy Lisińca i Wielkiego Boru**! Szanowni Wyborcy! (KKW SLD-UP, 2002)

G. Skoczylas, Rebis Dom Wydawniczy, Poznań 2014. Zob. dalej: ryc. 2. Ulotka wyborcza. Wybory samorządowe, 2010…

Odbiorca otrzymuje także informację o programie wyborczym kandydata, ugrupowania i samym kandydacie. W ten sposób czerpie pośrednio informację *w jakim celu* nadawca zwraca się do niego. Celem tym jest zaprezentowanie wyborczego programu, sylwetki kandydata i jednocześnie przekonanie wyborcy do udzielenia poparcia osobie ubiegającej się o mandat. Część segmentu informacyjnego w postaci programu zajmuje zwykle miejsce centralne (pod życiorysem i fotografią kandydata). Program odznacza się silną kohezją[17] (wyrażającą się przede wszystkim w użyciu paralelizmów składniowych), np.:

Program:
1. Likwidacja starych komórek grożących zawaleniem.
2. Wykonanie placu zabaw dla dzieci w ramach budżetu obywatelskiego,
3. Wykonanie remontu dwóch dróg dojazdowych do osiedla od ul. Sobieskiego.

(KWW Tręb, M. Grab., 2014)

Uczynię wszystko by nie zawieść Państwa oczekiwań i wywalczę między innymi:
[…].
– Ekrany wyciszające wzdłuż torów kolejowych od ul. Łódzkiej do parku.
– Budowę chodników i ścieżek rowerowych m.in. w ulicach: Nowomiejska, […] do granic miasta.
– Budowę kanalizacji w ul. Młynarskiej oraz ulic przyległych do ul. Łódzkiej.
– Bezpieczny i bezpłatny dowóz dzieci do szkół […].

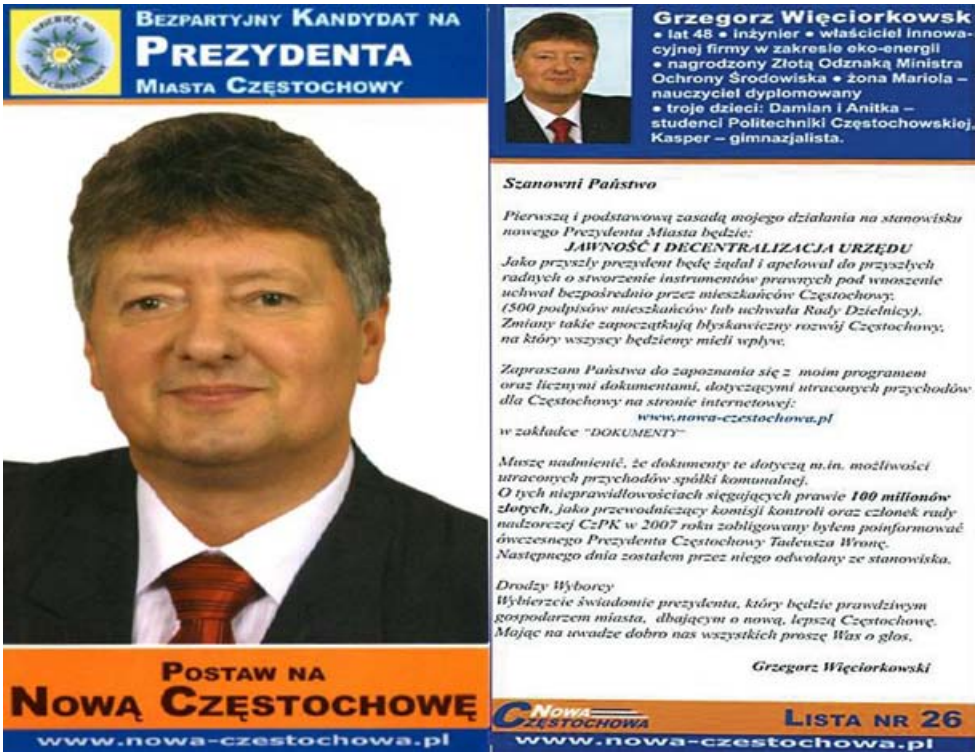
(KWW Tręb., M. Ludw., 2014)

W ulotce wyborczej występują jeszcze inne informacje[18].

[17] Zagadnienie kohezji tekstu na przykładzie publicystyki z okresu XVIII wieku przybliżyłem w monografii: G. Majkowski, *Kohezja w publicystyce okresu Oświecenia*, Wydawnictwo ŁTN, Łódź 2007.

[18] Ulotki wyborcze zawierają jeszcze sporo innych informacji. Na przykład ulotki z okresu po 1918 roku podają dane procentowe i cytaty z prasy, ustawy zasadniczej, ordynacji wyborczej, kodeksu karnego, rządowego raportu. Na ulotce pojawia się także numer przyznany organizacji politycznej na czas wyborów przez organ, który je zarządził. Stanowi on wyraźny znak identyfikacyjny i perswazyjny. Ulotka wyborcza zawiera często informacje o czasie zbliżających się wyborów. Podaje także miejsce i datę jej powstania, np. *Warszawa, ul. Hortensja 7 Październik 1922 r.* (ZarządKart, 1922), adres wydawcy, drukarza i opis fizyczny. Strefa adresu wydawniczego zawiera informacje dotyczące adresu wydawcy/nakładcy/drukarza, np. *„Drukarnia Literacka" Nowy Świat 22* (PartiaNad, 1928). W strefie opisu fizycznego odbiorca otrzymuje informację o wymiarach ulotki, np. *16,5 cm x 12,5 cm* (PartiaNad, 1928). Szerzej na ten temat w innym miejscu: G. Majkowski, *Ulotka jako…*, *op. cit.* Z tej publikacji pochodzą podane tu przykłady. Zob. także dalej: ryc. 4. Ulotka wyborcza. Wybory samorządowe, 2014.…

Obserwujemy, że ulotka ma ustaloną kompozycję. Zasób informacyjny przyjmuje układ: nadawca, odbiorca, z zachowaniem zasady: ogół – szczegół (np. w wypadku nadawcy: nazwa nadawcy, życiorys kandydata; w wypadku odbiorcy: zwrot adresatywny, typu: *Szanowni Państwo*), strefa adresu wydawniczego, strefa opisu fizycznego. Poniżej przedstawiamy kilka przykładów współczesnych ulotek wyborczych. Przykłady pokazują ulotki wyborcze spetryfikowane (np. ryc. 2. *Ulotka wyborcza. Wybory samorządowe, 2010…*) i odbiegające w warstwie tekstowej od przyjętej normy (ryc. 4. *Ulotka wyborcza. Wybory samorządowe, 2014*: np. użycie zwrotu: *Witam wszystkich!*, wprowadzenie notki biograficznej wyraźnie naruszającej kanon: *Przecież wszyscy mnie znacie!… Moje dziedziny, na których się znam to oświata, zdrowie, bezpieczeństwo, sport i kultura…*, dodanie spisu telefonów do rozmaitych instytucji w dwóch segmentach informacyjnych: *Ważne numery* […] *Policja* […]. *W razie potrzeby dzwoń* […] *Sanepid* […]). Oto przykłady:



Ryc. 2. Ulotka wyborcza. Wybory samorządowe, 2010, dwustronna; druga strona (KWW NCZ, 2010)

Źródło: Ze zbiorów autora.



Ryc. 3. Ulotka wyborcza. Wybory samorządowe, 2010, dwustronna; druga strona (KWW WS, 2010)

Źródło: Ze zbiorów autora.



Ryc. 4. Ulotka wyborcza. Wybory samorządowe, 2014, dwustronna; druga strona (WantRad, 2014)

Źródło: Ze zbiorów autora.

Przedstawiamy także kilka przykładów współczesnych ulotek reklamowych (dotyczących usług edukacyjnych oraz uświadamiających potrzebę prowadzenia zdrowego stylu życia i konieczność zachowania pamięci o polskich bohaterach). Ulotki te wykazują duże podobieństwo do ulotek wyborczych (odwołanie do zdjęć: fotografia kandydata – zdjęcie produktu lub dotyczące oferowanej usługi, np. zdjęcie budynku placówki szkoleniowej i wychowawczej, barwa, podobieństwa kompozycyjne: ryc. 5. *Ulotka „Ośrodek Szkolenia i Wychowania OHP w Tczewie", 2015*…) (zob. także przypis 15). Oto przykłady:



Ryc. 5. Ulotka *Ośrodek Szkolenia i Wychowania OHP w Tczewie*, 2015, dwustronna (OśrodSzkol, 2015)

Źródło: Ze zbiorów autora.



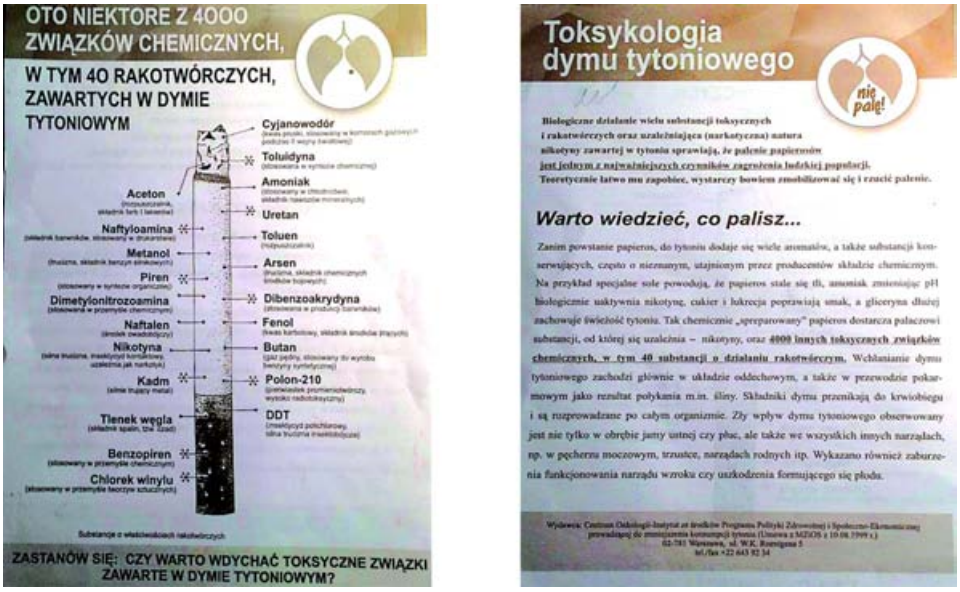
Ryc. 6. Ulotka *Wyślij bezpłatną „Kartkę do Powstańca"*, 2016, dwustronna; pierwsza strona (WyślKart, 2016)

Źródło: Ze zbiorów autora.



Ryc. 7. Ulotka *Dni otwarte połączone z warsztatami dla pielęgniarek i pielęgniarzy*, 2016, jednostronna (DniOtwart, 2016)

Źródło: Ze zbiorów autora.



Ryc. 8. Ulotka *Oto niektóre z 4000 związków chemicznych, w tym 40 rakotwórczych, zawartych w dymie tytoniowym*, 2015, dwustronna (ZwiązRak, 2015)

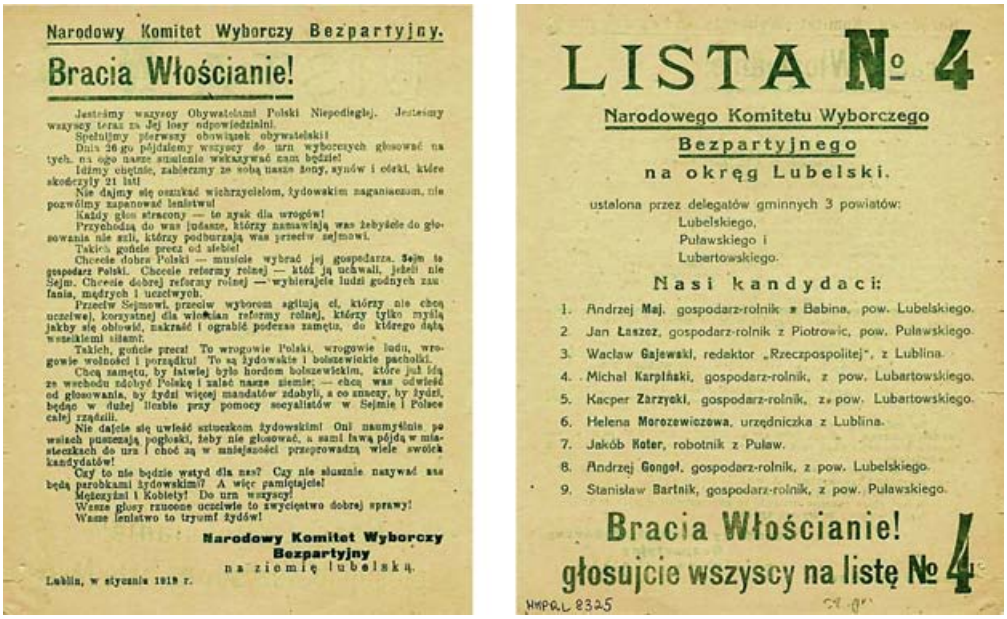
Źródło: Ze zbiorów autora.

Ulotkę wyborczą charakteryzują także określone przejścia *od… do…*[19]. Obserwujemy przechodzenie od informacji ogólnych do informacji szczegółowych. Ulotka jest skierowana na przykład do *wszystkich* lub do *sąsiadów*, mieszkańców konkretnej dzielnicy miasta: *mieszkańców Lisińca*, grupy zawodowej: *rolników*. Widoczne jest także przechodzenie od informacji pełnych do informacji niepełnych. Przykładem tych ostatnich są skrócone nazwy, typu: *PO* (Platforma Obywatelska). Kolejna obserwacja wiąże się z przejściem od zabiegów pragmatycznych (w warstwie tekstowej) do poetyckich (w warstwie wizualnej ulotki). Ujawniają się wyraźnie elementy poetyki obrazu w znakach niewerbalnych (fotografia kandydata, linia, barwa, światłocień, kompozycja) (zob. przykłady wyżej: ryc. 2. *Ulotka wyborcza. Wybory samorządowe, 2010…*; ryc. 3. *Ulotka wyborcza. Wybory samorządowe, 2010…*)[20]. Wykorzystanie barwy, zdjęć i w ogóle sięgnięcie do poetyki obrazu nie dotyczy ulotek dawnych. Oto przykład ulotki wyborczej z pierwszych po odzyskaniu niepodległości przez Polskę wyborów do jednoizbowego Sejmu

[19] Zjawisko przechodzenia *od… do…*, np. od podawania informacji pełnych do informacji niepełnych, od informowania do nakłaniania, występuje w różnych gatunkach wypowiedzi, zob. np. M. Wojtak, *Wzorce gatunkowe wypowiedzi…*, *op. cit.*; S. Gajda, *op. cit.*

[20] Por. E. Szczęsna, *op. cit.*, s. 34–99.

Ustawodawczego, które odbyły się w styczniu 1919 roku w okręgu lubelskim. Ulotkę stanowi obszerny tekst i spis kandydatów. W porównaniu ze współczesnymi ulotkami wyborczymi wyraźnie zaznacza się brak znaków niewerbalnych:



Narodowy Komitet Wyborczy Bezpartyjny.

Bracia Włościanie!

Jesteśmy wszyscy Obywatelami Polski Niepodległej. Jesteśmy wszyscy teraz za Jej losy odpowiedzialni.

Spełnijmy pierwszy obowiązek obywatelski!

Dnia 26 go pójdziemy wszyscy do urn wyborczych głosować na tych, na ogo nasze sumienie wskazywać nam będzie!

Idźmy chętnie, zabierzmy ze sobą nasze żony, synów i córki, które skończyły 21 lat!

Nie dajmy się oszukać wichrzycielom, żydowskim zaganiaczom, nie pozwólmy zapanować lenistwu!

Każdy głos stracony — to zysk dla wrogów!

Przychodzą do was ludzie, którzy zamawiają was żebyście do głosowania nie szli, którzy podburzają was przeciw sejmowi.

Takich gońcie precz od siebie!

Chcecie dobrej Polski — musicie wybrać jej gospodarza. Sejm to gospodarz Polski. Chcecie reformy rolnej — któż ją uchwali, jeżeli nie Sejm. Chcecie dobrej reformy rolnej — wybierajcie ludzi godnych zaufania, mądrych i uczciwych.

Przeciw Sejmowi, przeciw wyborom agitują ci, którzy nie chcą uczciwej, korzystnej dla włościan reformy rolnej, którzy tylko myślą jakby się obłowić, zakraść i ograbić podczas zamętu, do którego dążą wszelkimi siłami.

Takich, gońcie precz! To wrogowie Polski, wrogowie ludu, wrogowie wolności i porządku! To są żydowskie i bolszewickie pachołki.

Chcą zamętu, by łatwiej było hordom bolszewickim, które już idą ze wschodu zdobyć Polskę i zalać nasze ziemie; — chcą was odwieść od głosowania, by żydzi więcej mandatów zdobyli, a co gorszy, by żydzi, będąc w dużej liczbie przy pomocy socyalistów w Sejmie i Polsce całej rządzili.

Nie dajcie się uwieść sztuczkom żydowskim! Oni zasmyślnie po wsiach puszczają pogłoski, żeby nie głosować, a sami śmą pójdą w miasteczkach do urn i choć są w mniejszości przeprowadzą wiele swoich kandydatów!

Czy to nie będzie wstyd dla nas? Czy nie słusznie nazywać nas będą parobkami żydowskimi? A więc pamiętajcie!

Mężczyźni i Kobiety! Do urn wszyscy!

Wasze głosy rzucone uczciwie to zwycięstwo dobrej sprawy!

Wasze lenistwo to tryumf żydów!

Narodowy Komitet Wyborczy Bezpartyjny na ziemię lubelską.

Lublin, w styczniu 1919 r.

LISTA № 4

Narodowego Komitetu Wyborczego Bezpartyjnego na okręg Lubelski.

ustalona przez delegatów gminnych 3 powiatów: Lubelskiego, Puławskiego i Lubartowskiego.

Nasi kandydaci:

1. Andrzej **Maj**, gospodarz-rolnik z Babina, pow. Lubelskiego.
2. Jan **Laszcz**, gospodarz-rolnik z Piotrowic, pow. Puławskiego.
3. Wacław **Gajewski**, redaktor „Rzeczpospolitej", z Lublina.
4. Michał **Karpiński**, gospodarz-rolnik, z pow. Lubartowskiego.
5. Kacper **Zarzycki**, gospodarz-rolnik, z pow. Lubartowskiego.
6. Helena **Morozewiczowa**, urzędniczka z Lublina.
7. Jakób **Koter**, robotnik z Puław.
8. Andrzej **Gongol**, gospodarz-rolnik, z pow. Lubelskiego.
9. Stanisław **Bartnik**, gospodarz-rolnik, z pow. Puławskiego.

Bracia Włościanie! głosujcie wszyscy na listę № 4

WMPiL 8325

Ryc. 9. Ulotka *Bracia Włościanie!* wydana przez Narodowy Komitet Wyborczy Bezpartyjny; Lublin, pierwsze po odzyskaniu niepodległości przez Polskę wybory parlamentarne (do jednoizbowego Sejmu Ustawodawczego), styczeń 1919, dwustronna (BraciaWłośc, 1919)

Źródło: Ze zbiorów Muzeum Historii Polskiego Ruchu Ludowego w Warszawie, sygn. 8325.

W warstwie treściowej w ulotkach wyborczych obserwujemy przejście od powszechności, obiektywizmu, podnoszenia spraw dotyczących wspólnoty i ważnych dla wspólnoty do prywatności (np. życiorys kandydata).

Bibliografia

Wykaz źródeł w układzie alfabetycznym i ich skrótów

BraciaWłośc, 1919 – *Bracia Włościanie!* Narodowy Komitet Wyborczy Bezpartyjny; Lublin, pierwsze po odzyskaniu niepodległości przez Polskę wybory parlamentarne (do jednoizbowego Sejmu Ustawodawczego), styczeń 1919 (ze zbiorów Muzeum Historii Polskiego Ruchu Ludowego w Warszawie, sygn. 8325).

DniOtwart, 2016 – *Dni otwarte połączone z warsztatami dla pielęgniarek i pielęgniarzy*, 2016.

KKW SLD-UP, 2002 – Koalicyjny Komitet Wyborczy Sojusz Lewicy Demokratycznej – Unia Pracy (wybory samorządowe, 2002)

KWW NCZ, 2010 – Komitet Wyborczy Wyborców „Nowa Częstochowa" (wybory samorządowe, 2010).

KWW ObywGniezno, 2014 – Komitet Wyborczy Wyborców Obywatelskie Gniezno, kandydat do Rady Miasta Gniezna (wybory samorządowe, 2014).

KWW OLiZP, 2002 – Komitet Wyborczy Wyborców Obrona Lokatora i Zaufania Publicznego (wybory samorządowe, 2002).

KWW PS „Wspólnota", 2002 – Komitet Wyborczy Wyborców Porozumienie Samorządowe „Wspólnota" (wybory samorządowe, 2002).

KWW Sym PiS, 2002 – Komitet Wyborczy Wyborców Sympatyków Prawa i Sprawiedliwości (wybory samorządowe, 2002).

KWW Tręb., 2014 – Komitet Wyborczy Wyborców, kandydat mieszkańców na Prezydenta Skierniewic (wybory samorządowe, 2014).

KWW Tręb., M. Grab., 2014 – Komitet Wyborczy Wyborców, Małgorzata Grabowska (wybory samorządowe, 2014).

KWW Tręb., M. Ludw., 2014 – Komitet Wyborczy Wyborców, Paweł Maciej Ludwicki (wybory samorządowe, 2014).

KWW WS, 2010 – Komitet Wyborczy Wyborców „Wspólnota Samorządowa" (wybory samorządowe, 2010).

KW LPR, 2002 – Komitet Wyborczy Liga Polskich Rodzin (wybory samorządowe, 2002).

KW PO, 2010 – Komitet Wyborczy Platforma Obywatelska RP (wybory samorządowe, 2010).

KW Sam RP, 2002 – Komitet Wyborczy Samoobrona RP (wybory samorządowe, 2002).

OśrodSzkol, 2015 – Ośrodek Szkolenia i Wychowania OHP w Tczewie, 2015.

PartiaNad, 1928 – *Towarzysze! Robotnicy! Wyborcy*. *Nadchodzi dzień wyborów, dzień decydujący* […]. Warszawski Okręgowy Komitet Robotniczy Polskiej Partii Socjalistycznej (wybory sejmowe, 1928)

SztabWał, 1990 – SZTAB WYBORCZY Lecha Wałęsy BIURO ŁĄCZNIKA Regionu Gdańskiego (wybory Prezydenta RP, 25 listopada 1990).

WantRad, 2014 – *Wanted! Poszukiwany dobry radny* (wybory samorządowe, 2014).

WspólnotaSam WŚ, 2002 – Komitet Wyborczy Wyborców Wspólnota Samorządowa Województwa Śląskiego (wybory samorządowe, 2002).

WybSam, 2014 – Wybory samorządowe, 2014

WyślKart, 2016 – *Wyślij bezpłatną „Kartkę do Powstańca"*, 2016.

ZarządKart, 1922 – *Polskie Stronnictwo Ludowe Wyzwolenie. Trójka. W kartkę wyborczą zaklęta będzie wolą ludu przyszłość Polski*, Zarząd Główny PSL Wyzwolenie (wybory sejmowe, 5 listopada 1922).

ZwiązRak, 2015 – *Oto niektóre z 4000 związków chemicznych, w tym 40 rakotwórczych, zawartych w dymie tytoniowym*, 2015.

Opracowania

Adler R. B., Rosenfeld L. B, Proctor II R. F., *Relacje interpersonalne. Proces porozumiewania się*, tłum. G. Skoczylas, Rebis Dom Wydawniczy, Poznań 2014.

Bartmiński J., Niebrzegowska-Bartmińska S., *Intencja a funkcja tekstu*, [w:] *Oblicza komunikacji*, t. 1, seria: *Język a komunikacja*, t. 12, red. I. Kamińska-Szmaj, T. Piekot, M. Zaśko-Zielińska, Wydawnictwo Tertium, Kraków 2006.

Bartmiński J., Niebrzegowska-Bartmińska S., *Tekstologi*a, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2009.

Dijk T. A. van, *Dyskurs polityczny i ideologia*, tłum. A. Wysocka, „Etnolingwistyka" 2003, t. 15 (prwdr. *Political Discourse and Ideology*, [w:] *Análisi del discours polític*, eds. C. L. M. Ribas, Universitat Pompeu Fabra: Institut Universitari de Aplicada, Barcelona 2002).

Duszak A., *Tekst, dyskurs, komunikacja międzykulturowa*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1998.

Gajda S., *Gatunkowe wzorce wypowiedzi*, [w:] *Polska genologia lingwistyczna. Zagadnienia i problemy współczesnej genologii*, t. 2, red. D. Ostaszewska, R. Cudak, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2008.

Grzegorczykowa R., *Problem funkcji języka i tekstu w świetle teorii aktów mowy*, [w:] Język a Kultura, t. 4: *Funkcje języka i wypowiedzi*, red. J. Bartmiński, R. Grzegorczykowa, Wiedza o Kulturze, Wrocław 1991.

Kampania w sieci, red. D. Batorski, J. M. Zając, Wydawnictwo ISP, Warszawa 2011.

Kita M., *Państwo jako generator gatunków mowy*, „Biuletyn Polskiego Towarzystwa Językoznawczego" 2002, z. 58.

Laclau E., *Demokracja i kwestia władzy*, [w:] *Język, dyskurs, społeczeństwo. Zwrot lingwistyczny w filozofii społecznej*, red. L. Rasiński, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2009.

Majkowski G., *Kohezja w publicystyce okresu Oświecenia*, Wydawnictwo ŁTN, Łódź 2007.

Majkowski G., *Ulotka jako gatunek tekstu wyborczego*, Wydawnictwo OFI, Warszawa 2015.

Malinowska E., *Konstytucja jako gatunek tekstu prawnego*, Wydawnictwo UO, Opole 2012.

Miodek J., *Polszczyzna po roku 1989*, [w:] *Złota księga. 50 lat polonistyki opolskiej. Ścieżkami współczesnego literaturoznawstwa i językoznawstwa*, red. S. Gajda, Wydawnictwo UO, Opole 2001.

Ożóg K., *Język w służbie polityki. Językowy kształt kampanii wyborczych*, Wydawnictwo UR, Rzeszów 2004.

Pisarek W., *Perswazja – jak ją widzą, jak ją piszą*, [w:] *Język perswazji publicznej*, red. K. Mosiołek-Kłosińska, T. Zgółka, Wydawnictwo Poznańskie, Poznań 2003.

Puzynina J., *O funkcjach języka, tekstu oraz ich elementów leksykalnych*, [w:] *Z zagadnień słownictwa współczesnego języka polskiego*, red. M. Szymczak, „Prace Językoznawcze" 1978, z. 91.

Szczęsna E., *Poetyka reklamy*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2003.

Walczak B., *Co to jest język polityki*, [w:] Język a Kultura, t. 11: *Język polityki a współczesna kultura polityczna*, red. J. Anusiewicz, B. Siciński, Wiedza o Kulturze, Wrocław 1994.

Witosz B., *Genologia lingwistyczna. Zarys problematyki*, Wydawnictwo UŚ, Katowice 2005.

Wojtak M., *Gatunki prasowe*, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2004.

Wojtak M., *O relacjach dyskursu, stylu, gatunku i tekstu*, „tekst i dyskurs – text und diskurs" 2011, nr 4.

Wojtak M., *Wzorce gatunkowe wypowiedzi a realizacje tekstowe*, [w:] *Gatunki mowy i ich ewolucja*, t. 2: *Tekst a gatunek*, red. D. Ostaszewska, Wydawnictwo UŚ, Katowice 2004.

Zając J. M., *Wykorzystanie Internetu w komunikacji politycznej i w kampaniach wyborczych*, [w:] *350 lat prasy polskiej*, red. M. Jabłonowski, U. Jakubowska, D. Kuźmina, M. Tobera, Wydawnictwo IBL PAN, Warszawa 2012.

Skróty słowników

JPWSJPDun – *Język polski. Współczesny słownik języka polskiego*, red. B. Dunaj, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2007.

PSBCzap – *Podręczny słownik bibliotekarza*, oprac. G. Czapik, Z. Gruszka przy współpracy H. Tadeusiewicza, Wydawnictwo SBP, Warszawa 2011.

SSKop – W. Kopaliński, *Słownik symboli*, Wydawnictwo Wiedza Powszechna, Warszawa 1990.

Niniejsza książka jest ósmą z serii „Współczesne media". [...] Trzon publikacji stanowią teksty wygłoszone podczas konferencji „Współczesne media – gatunki w mediach" zorganizowanej w kwietniu 2016 roku przez Zakład Dziennikarstwa Wydziału Politologii z okazji Jubileuszu XL-lecia pracy naukowej Profesor Marii Wojtak. [...] Zarówno konferencja, jak i publikacja powstała na jej bazie zostały przez nas pomyślane jako formy uczczenia Jubileuszu wybitnej badaczki języka mediów, której prace są ważnym punktem odniesienia dla środowiska badaczy gatunków, w tym także gatunków medialnych. (Szczególny charakter tej publikacji sygnalizuje jej podtytuł: *Prace dedykowane Profesor Marii Wojtak*).

Ze *Wstępu*
Iwona Hofman
Danuta Kępa-Figura

[Czytelnik – red.] otrzyma przy lekturze dwie nagrody. Pierwsza to ilustracja dokonań Marii Wojtak – wybitnej genolożki polskiej – w działaniu. Jest to zarazem najpiękniejszy prezent, jaki badacz po kilkudziesięciu latach wytężonej pracy metodologiczno-interpretacyjnej może dostać. Metody pracy badawczej Marii Wojtak w działaniu skupione w jednym dziele. To także dla młodszych czytelników – adeptów genologii – odwzorowanie w praktyce kategorii genologicznych wypracowanych przez Jubilatkę. Wreszcie jest to tom, który w metodycznie jednorodny sposób skupia w analizach wszystkie współczesne media. [...] Czytelnik otrzyma zatem tom, w którym znajduje się obraz mediów w Polsce i w Europie pod postacią efektów pracy działających w nich dziennikarzy i użytkowników, a przedstawiony w analizach i interpretacjach, dylematach i refleksjach przedstawicieli nauk humanistycznych w Polsce.

Z recenzji
dr hab. prof. UŚ Iwony Loewe

UMCS
WYDAWNICTWO

