

Uniwersytet Łódzki
Szkoła Doktorska
Nauk Humanistycznych

mgr Michalina Pokorska

**Analiza mediolingwistyczna radiowych
serwisów informacyjnych**

Rozprawa doktorska
napisana pod kierunkiem
dr hab. Beaty Grochali-Woźniak

Łódź 2024

*Pamięci mojego Taty, który nauczył mnie kochać naukę, życie i ludzi,
Mamie – w podziękowaniu za jej najdroższe wsparcie,
Pawłowi – za niezwykłą motywację i entuzjazm,
Siostram i Przyjaciółom – za prawdziwą wiarę*

Spis treści

Spis treści	4
Wstęp.....	8
1. Zagadnienia teoretyczne.....	12
1.1 Wprowadzenie.....	12
1.2 Historia radia	13
1.3 Konteksty teoretyczne i metodologiczne	16
1.3.1 Stan badań nad językiem mediów	16
1.3.2 Radio w badaniach medioznawczych i językoznawczych.....	18
1.3.3 Mediolingwistyka.....	24
1.3.4 Dyskurs medialny.....	26
1.3.5 Językowy a medialny obraz świata	29
1.3.6 Genologia medialna.....	33
1.3.7 Kryterium doboru materiału badawczego	43
1.3.8 Główne cele badania	49
1.4 Radio jako środek przekazu	52
1.4.1 Specyfika radia jako medium.....	52
1.4.2 Radiowa odmiana języka medialnego.....	54
1.4.3 Serwis radiowy – tekst pisany czy mówiony?	55
1.4.4 Ustalenia terminologiczne.....	59
1.4.4.1 Audycja	59
1.4.4.2 Program.....	60
1.4.4.3 Magazyn.....	60
1.4.4.4 Serwis informacyjny	61
1.4.4.5 Wiadomości	61
1.4.4.6 Spiker/prowadzący/prezenter.....	62
1.4.5 Radiowy serwis informacyjny jako informacyjny gatunek dziennikarski	64

1.4.5.1	News radiowy	69
1.4.6	Charakterystyka analizowanych stacji	75
1.4.6.1	Nadawca komercyjny	75
1.4.6.1.1	Radio ZET	75
1.4.6.1.2	Radio RMF FM	78
1.4.6.2	Nadawca publiczny	80
1.4.6.2.1	Program Pierwszy Polskiego Radia.....	82
1.4.6.2.2	Program Trzeci Polskiego Radia	84
1.4.6.3	Nadawca społeczny	86
1.4.6.3.1	Katolicka doktryna medialna.....	86
1.4.6.3.2	Radio Maryja	88
1.4.6.3.3	Radio Niepokalanów	90
2.	Kod komunikacji w układach nadawczo-odbiorczych.....	94
2.1	Układy nadawczo-odbiorcze	94
2.1.1	Nadawca w komunikacji medialnej	98
2.1.2	Odbiorca w komunikacji medialnej	105
2.1.3	Sytuacja komunikacyjna w radiowych serwisach informacyjnych.....	113
2.1.4	Mikro- i makrosytuacja komunikacyjna	115
2.1.5	Typy sytuacji nadawczo-odbiorczych w przebadanych radiowych programach informacyjnych.....	121
2.1.5.1	Układ prowadzący-radiosłuchacz	129
13.1.6.2	Układ prowadzący-prowadzący	133
17.1.6.2	Układ prowadzący-dziennikarz.....	136
37.1.6.2	Układ dziennikarz-rozmówca	142
2.2	Podsumowanie i wnioski.....	152
3.	Przytoczenie w radiowych serwisach informacyjnych	156
3.1	Autorzy cytowanych słów	158

3.2	Przytoczenie w przekazach medialnych.....	160
3.3	Sposoby przytoczeń w radiowych serwisach informacyjnych – przykłady i funkcje	164
3.3.1	Mowa niezależna	164
3.3.2	Mowa zależna	165
3.3.3	Mowa znarratywizowana.....	168
3.4	Czasowniki przytoczenia.....	172
3.5	Podsumowanie i wnioski.....	189
4.	Rama tekstu	193
4.1	Formuły inicjalne	196
4.1.1	Formuła powitalna.....	196
4.1.2	Formuła przedstawiająca.....	199
4.1.3	Formuła zapraszająca	204
4.1.4	Pozostałe formuły wchodzące w skład ramy inicjalnej.....	207
4.2	Formuły finalne	210
4.3	Dżingiel	219
4.3.1	Przykłady dżingli i ich umiejscowienie w strukturze programów	223
4.3.1.1	Program Pierwszy Polskiego Radia	223
4.3.1.2	Program Trzeci Polskiego Radia.....	224
4.3.1.3	RMF FM	224
4.3.1.4	Radio ZET.....	228
4.3.1.5	Radio Maryja	231
4.3.1.6	Radio Niepokalanów	231
4.4	Podsumowanie i wnioski.....	232
5.	Radiowy serwis informacyjny jako gatunek w formie kolekcji.....	236
5.1	Klasyfikacja gatunków medialnych	236
5.2	Informacja komercyjna	242

5.3	Gatunki będące komponentami radiowych serwisów informacyjnych wybranych stacji	249
5.3.1	Zapowiedź	249
5.3.2	Wzmianka	257
5.3.3	Notatka (informacja)	267
5.3.3.1	Fait divers	268
5.3.4	Wiadomość (prasowa)	273
5.3.4.1	Czysta wiadomość	274
5.3.4.2	Wiadomość z wypowiedzią uczestnika wydarzeń (rozmówcy)	274
5.3.4.3	Wiadomość z korespondencją	275
5.3.4.4	Wiadomość z relacją reporterską	279
5.3.4.5	Wiadomość z komentarzem	289
5.3.4.6	Wiadomość z wywiadem	291
5.4	Interaktywność radiowych serwisów informacyjnych	295
5.5	Podsumowanie i wnioski	306
	Wnioski końcowe	309
	Wykaz skrótów	316
	Wykaz rysunków, tabel i fotografii	317
	Bibliografia	320
	Netografia	334

Wstęp

Jedną z głównych funkcji komunikowania (się) jest informowanie. Taką funkcję pełnią również media, które sprawiły, że komunikacja między ludźmi nabrała masowego charakteru. Historia mediów pokazuje, że jest to ich najważniejsza funkcja. Dziś informowanie za pomocą środków masowego przekazu wygląda całkowicie odmiennie niż kiedyś, co wynika z wielu zjawisk, które zaszły w świecie medialnym.

W kontekście analizy gatunkowej radiowych serwisów informacyjnych nie sposób nie wspomnieć o zjawisku konwergencji mediów, czyli procesie zacierania granic między tradycyjnymi formami mediów. Stwarza ona wiele innowacyjnych możliwości dla twórców i użytkowników medialnych, pozwalając na dostęp do treści na różnych platformach i urządzeniach. Zjawisko to stwarza nowe wyzwania dla tradycyjnych mediów w zakresie produkcji i dystrybucji informacji i rozrywki. Obecnie liczne platformy cyfrowe i technologie umożliwiają integrację różnych typów mediów, takich jak radio, telewizja, Internet i prasa. To zjawisko wpływa na rynek medialny, kształtując nowe możliwości przekazu informacji oraz zmieniając preferencje odbiorców. Współczesne rozgłośnie radiowe często wykorzystują różnorodne kanały przekazu, takie jak *podcasty*, strumieniowanie wideo i treści *online*, aby dotrzeć do jak największej liczby odbiorców. Warto zatem zastanowić się, jak konwergencja mediów wpływa na strukturę i charakterystykę radiowych serwisów informacyjnych oraz jakie są jej implikacje na rozmaite relacje między mediami a odbiorcami.

Co więcej, we współczesnej erze cyfrowej nasila się konkurencyjność wśród nadawców medialnych, którzy rywalizują o uwagę i zaangażowanie użytkowników. Współzawodnictwo w mediach skupia się na dostarczaniu coraz bardziej atrakcyjnych i unikalnych treści oraz na zdobyciu i utrzymaniu stałej publiczności wśród coraz bardziej zróżnicowanych ofert konsumenckich. Twórcy mediów tradycyjnych mierzą się nie tylko z wielkimi koncernami medialnymi, ale także z niezależnymi twórcami treści w sieci. W wyniku wynalezienia internetu i rozszerzenia jego dostępności dla ludzi zasadniczo każdy człowiek może stać się twórcą medialnym.

Walka o odbiorcę wiąże się z tym, że nadawcom medialnym zależy na zajmowaniu nadrzędnej pozycji w odniesieniu do szybkości przekazywania informacji. Wyścig nadawców medialnych w przekazywaniu informacji sprawiło, że odbiorca jest poniekąd zarzucony wiadomościami, co może prowadzić do nadmiernej ilości odbieranych danych.

Przesyt informacjami, spowodowany między innymi zbyt łatwym i szybkim dostępem do mediów, sprawił, że czysta informacja, rozumiana jako fakt, przestała już być atrakcyjna.

Źródłem takiego stanu rzeczy jest ogromna konkurencyjność na rynku medialnym. Odbiorca może zatem wybrać sobie podmiot medialny, który będzie odpowiadać jego preferencjom pod względem poziomu trudności treści, formy przekazu i światopoglądu zawartego w przekazie medialnym.

Warto zauważyć, że anonimowość Internetu oraz nadmiar publikowanych treści to idealne środowiska dla powstawania i publikowania *fake newsów*, które są celowo rozpowszechniane dla korzyści finansowych, politycznych czy społecznych fałszywą informacją dystrybuowaną jako prawdziwa wiadomość. To negatywne zjawisko stanowi poważne wyzwanie dla mediów, społeczeństwa i demokracji. W dobie niekontrolowanej dezinformacji medialnej przed dziennikarzami stoi zadanie dbania o wiarygodność przekazów medialnych.

Kolejną istotną tendencją zachodzącą w komunikacji medialnej jest coraz wyraźniejsze przenikanie elementów rozrywkowych do przekazów o charakterze informacyjnym. Odbiorca, aby jego uwaga była utrzymana, potrzebuje przekazów, które będą wzbudzały w nim emocje. Sucha informacja, pozbawiona elementów rozrywkowych, nie jest atrakcyjna dla współczesnego użytkownika mediów, zatem nadawca, by przyciągnąć i zatrzymać odbiorców, musi dostarczać im treść nie tyle wartościową, co ciekawą, która może skutecznie konkurować z innymi formami przekazu informacji, takimi jak portale internetowe czy media społecznościowe. Bycie na bieżąco i pogoń za rozrywką stały się dominującymi tendencjami w dzisiejszym społeczeństwie. Odbiorcy coraz częściej wybierają treści lżejsze, bardziej przystępne i atrakcyjne, co stanowi wyzwanie dla mediów tradycyjnych, w tym radia. Jednak to właśnie radio, dzięki swojej charakterystyce – mobilności, niskiemu zużyciu danych i dostępności nawet w trudno osiągalnych obszarach – może skutecznie konkurować z Internetem i dostarczać informacje w bardziej skondensowanej, zwartej formie, odpowiednio dostosowanej do potrzeb odbiorców. Z drugiej strony silna konkurencyjność wymusza innowacyjność, jakość treści oraz zrozumienie potrzeb odbiorców, co ma wpływ na ewolucję struktury i stylu radiowych serwisów informacyjnych.

Radio, mimo swojej tradycyjnej formy, nadal odgrywa istotną rolę jako medium informacyjne. Wraz z rozwojem technologii media ulegają ciągłym transformacjom, co prowadzi do powstania nowych form komunikacji i konsumpcji treści. Wbrew temu radio pozostaje niezmiennie ważnym narzędziem, a jego rola może okazać się szczególnie w sytuacjach, gdy dostępność innych mediów może być ograniczona, np. W obszarach o słabym zasięgu internetowym czy w czasie kryzysu, takiego jak pandemia lub wojna.

W podejściu normatywnym do gatunków dziennikarskich uwypukla się swoistą umowę między nadawcą a odbiorcą, zwaną paktem faktograficznym, polegającą na tym, że odbiorca zakłada, iż treść przekazu dziennikarskiego jest prawdziwa. Zbigniew Bauer zauważa, że w obecnych czasach obligatoryjna powinność mediów informacyjnych, którą jest wiarygodne powiadamianie, przestała być kluczową regułą tworzenia tekstów informacyjnych. Wiadomości należą w głównej mierze do „spektaklu informowania”, media mają przeważający wpływ na sprzeczności w kulturze – z jednej strony społeczeństwo obawia się zatarcia granicy między prawdą a fałszem, z drugiej jednak czerpie przyjemność ze świadomości różnic między prawdą a „obrazem prawdy” zacieranej przez media.¹

Niniejsza rozprawa stanowi próbę opisanie sposobu funkcjonowania radiowych serwisów informacyjnych we współczesnych mediach. Radiowe serwisy informacyjne to tradycyjny element programu dobowego każdej radiostacji. Choć aktualnie w wyniku cyfryzacji mediów jego znaczenie nieco się zmniejszyło, to jednak wciąż odgrywa dużą rolę w świecie mediów. Dlatego też poprzez mediolingwistyczną analizę serwisów informacyjnych, pragnę wzbogacić wiedzę na temat sposobu istnienia informacji w radiu i wskazać możliwości doskonalenia i adaptacji przekazów informacyjnych do potrzeb współczesnego odbiorcy.

Podstawowym założeniem pracy jest stwierdzenie, iż typ nadawcy medialnego wpływa na funkcjonowanie radiowych serwisów informacyjnych. Niniejsza dysertacja ma zatem ustalić, które płaszczyzny wspomnianego tworu zależne są od podmiotu nadawczego i w jaki sposób są one ukształtowane. Praca zakłada spojrzenie na radiowe serwisy informacyjne z dwóch nierozłącznych perspektyw. Po pierwsze, traktuję serwisy informacyjne jako część komunikacji radiowej. Po drugie, przyjmuję, że radiowe serwisy informacyjne to teksty o określonej strukturze, tematyce i stylistyce uwarunkowanych jego praktycznym zastosowaniem w komunikacji medialnej.

Pierwszy rozdział dysertacji stanowi teoretyczne tło do podjętych rozważań. Poruszone w nim zostaną między innymi kwestie metodologiczne. Zostanie omówiona specyfika komunikacji medialnej zachodzącej za pośrednictwem radia. Podjęta zostanie także refleksja na temat tego, czy radiowy serwis informacyjny to tekst pisany czy mówiony. Przywołane zostaną dotychczasowe opracowania genologiczne dotyczące serwisów informacyjnych w radiu. Następna część tego rozdziału prezentuje opis wybranych do analizy radiostacji i ich serwisów.

¹ Z. Bauer, *Dziennikarstwo wobec nowych mediów. Historia. Teoria. Praktyka*, Kraków 2009, s. 12.

Kolejne części pracy będą miały charakter analityczny. Rozdział drugi to spojrzenie na serwis informacyjnych z perspektywy komunikacyjnej. Zaprezentowane w nim zostaną układy nadawczo-odbiorcze występujące w tym wycinku komunikacji radiowej, a także językowe wykładniki tychże układów obecne w tekście serwisów. Rozdział trzeci to analiza językowa przytoczeń, które stanowią częste tworzywo programu. Rozdział czwarty, z kolei, dotyczyć będzie analizy strukturalno-pragmatycznej ramy tekstu, czyli części programu kluczowej dla nawiązania relacji z odbiorcą. Analiza ta wykaże, jakie elementy strukturalne i zabiegi językowe wchodzą w ramę inicjalną i finalną. Rozdział piąty wynika z założenia o wzajemnym przenikaniu gatunków medialnych i w nawiązaniu do koncepcji badawczych Marii Wojtak opisywać będzie radiowy serwis informacyjny jako gatunek w formie kolekcji. Zwrócenie uwagi na te cztery aspekty radiowych serwisów informacyjnych pozwoli wskazać kluczowe różnice pomiędzy programami nadawcy publicznego, komercyjnego i społecznego, a także ustalić prognozy ewolucji radiowych serwisów informacyjnych.

1. Zagadnienia teoretyczne

1.1 Wprowadzenie

Przedstawiając najbardziej uproszczony akt komunikacji, należy wymienić jego trzy podstawowe elementy: nadawcę, przekaz oraz odbiorcę. Nadawca, często określany również jako komunikator czy źródło przekazu, to ten podmiot komunikowania, który tworzy treść i formę przekazu. Może to czynić bezpośrednio lub pośrednio. Przekaz to informacje intelektualne i emocjonalne przenoszone pomiędzy dwiema stronami komunikacji. Odbiorca (recipient, adresat) to ten podmiot, do którego ma trafić nadawany przekaz. Według niektórych badaczy, np. Winfrieda Schulza, istotą komunikacji nie jest wyłącznie odebranie przekazu przez odbiorcę, akt komunikacji jest spełniony dopiero wówczas, gdy co najmniej jeden adresat odebrał przekaz i go zrozumiał.²

Choć w codziennym życiu skuteczna komunikacja międzyludzka nie jest prostym zadaniem, ponieważ towarzyszy jej wiele trudności komunikacyjnych, jak: szumy, brak wspólnoty językowej, różnice w kompetencjach komunikacyjnych lub intelektualnych obu podmiotów komunikacji, to jednak ustalenie, kto w danym akcie porozumiewania się jest nadawcą, nie przysparza raczej trudności. Inaczej jest w przypadku masowej komunikacji medialnej. W nauce o komunikowaniu masowy nadawca to „osoba lub grupa osób, instytucja lub grupa instytucji, które bezpośrednio lub pośrednio udostępniają wypowiedzi nieograniczonej liczbie odbiorców”³.

W zakresie pojęcia *nadawca* mieszczą się zatem wszystkie elementy, które mają wpływ na zawartość i kształt przekazów docierających do odbiorców. Nie można pominąć także tzw. regulatorów, czyli instytucji czy organizacji kontrolujących działalność mediów tradycyjnych, np. Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji – choć nie jest ona realnie zaangażowana w proces tworzenia komunikatów medialnych, jej regulacje prawne oraz decyzje określają zakres treści i kodów dozwolonych i niedozwolonych w mediach. Wielopoziomowość nadawcy medialnego rodzi pytanie o to, kto jest rzeczywistym nadawcą. Walery Pisarek stoi na stanowisku, że o tym, którego nadawcę uwzględnia się w analizie aktu komunikowania, decyduje problem badawczy.⁴ Charakterystyka nadawcy medialnego obejmować powinna jego wieloaspektowość i dotyczyć: dziennikarzy – popularność,

² W. Pisarek, *Wstęp do nauki o komunikowaniu*, Warszawa 2008, s. 20.

³ Ibidem, s. 23.

⁴ Ibidem, s. 23.

wiarygodność, poglądy polityczne, wykształcenie, umiejętności, etc.; redakcji – linia programowa, sympatie polityczne, organizacja pracy; koncernów medialnych – struktura własności, powiązania polityczne, koncentracje mediów w skali krajowej i światowej.⁵

1.2 Historia radia

Radio jest ponadstuletnim wynalazkiem technicznym, który w znaczący sposób wpłynął na rozwój technologii komunikacyjnych. Pojawiło się u progu XX wieku, niemal w tym samym czasie co film. Choć za twórcę radia uważa się Guglielmo Marconiego, który to w 1896 roku w Anglii opatentował swój wynalazek⁶, to jednak nie byłoby tego *novum*, gdyby nie wcześniejsze innowacje technologiczne. Należy wspomnieć o teoretyku Jamesie C. Maxwellu oraz o konstruktorze Heinrichu R. Hertz. Maxwell w 1873 roku opracował teorię fal elektromagnetycznych, z kolei Herz w roku 1888 stworzył urządzenie działające w oparciu o teorię Maxwella, uruchamiając w ten sposób fale elektromagnetyczne, będące podwaliną działania radia.⁷ Nie bez znaczenia dla powstania radia było wynalezienie telegrafu przez Samuela F. Morse'a oraz fonografu przez Thomasa A. Edisona.⁸ Początkowo radio miało zastosowanie militarne – aż do końca pierwszej wojny światowej służyło wyłącznie marynarce wojennej w celach komunikacyjnych. Równie szybko radio znalazło zastosowanie w polityce, w obrębie której było nie tylko źródłem aktualnych informacji, ale także narzędziem politycznej propagandy. Potencjał radia, objawiający się tym, że umożliwiało ono wpływanie na społeczeństwo, wykorzystywali między innymi tacy dwudziestowieczni przywódcy polityczni jak: Winston Churchill, Adolf Hitler, Benito Mussolini czy Józef Stalin. W ten sposób radio szybko stało się „głosem rządu”⁹, było bowiem tanim, dostępnym dla wszystkich urządzeniem, które można było znaleźć w domu przeciętnego człowieka, dzięki czemu miało ono masowy zasięg.¹⁰ Innym obszarem zastosowania radia w początkach jego istnienia była religia. Pierwsza stacja radiowa KDKA, powstała w Pittsburghu w stanie Pensylwania w 1920 roku, transmitowała w każdą niedzielę mszę świętą z lokalnego kościoła, przynosząc w ten sposób religię do domów. *Notabene* znaczącą rolę w rozpowszechnianiu

⁵ Ibidem, s. 23-24.

⁶ Warto wspomnieć, że jednym z dwóch pierwszych konstruktorów radia był również Aleksander S. Popow, jednak jemu nie udało się opatentować odkrywczej konstrukcji, dlatego też to Marconiemu przypisuje się wszystkie zasługi w tym zakresie.

⁷ S. Jędrzejewski, *Radio. Narodziny-ewolucja-perspektywy*, [w:] *Dziennikarstwo i świat mediów*, red. Z. Bauer i E. Chudziński, Kraków 2012, s. 115-116.

⁸ M. Kita, *Radio i oralność – z perspektywy językoznawczej*, „Acta Universitatis Lodzensis. Folia Litteraria Polonica”, 2017 (39), s. 31.

⁹ S. Jędrzejewski, *Radio. Narodziny-ewolucja-perspektywy*, op. cit., s. 116.

¹⁰ Ibidem, s. 117.

różnych gałęzi kościoła protestanckiego odegrało właśnie radio, powszechne, ale na tamte czasy bardzo innowacyjne narzędzie ewangelizacyjne.¹¹

Małgorzata Kita zauważa, że wynalezienie radia było wówczas spełnieniem marzeń ludzkości o dźwięku, który ma moc przemieszczania się – radio bowiem umożliwiło przesyłanie dźwięku na odległość¹². Zbudowanie radia i jego rozpowszechnienie doprowadziło do zrewolucjonizowania świata mediów – dotychczas popularna prasa miała ograniczony zasięg, gdyż była płatna i wymagała od odbiorcy umiejętności czytania. Z radia zatem mogły korzystać osoby o niskim wykształceniu i statusie majątkowym, zyskując w ten sposób dostęp do informacji i rozrywki.¹³

Początkowy wymiar radia był masowy – jego treści tworzone były dla homogenicznego odbiorcy.¹⁴ Stało się ono upaństwowioną i scentralizowaną instytucją. W okresie rozkwitu telewizji radio, choć zeszło na drugi plan i stało się medium drugorzędym, nie straciło swojej wartości. Kryzys radia, wynikający z niedostosowanych do odbiorców treści słowno-muzycznych, a także z monopolistycznej działalności korporacji radiowo-telewizyjnych, udało się przezwyciężyć dzięki wprowadzeniu w Ameryce w latach siedemdziesiątych radia formatowego. W Europie system radiowy przeszedł transformację w latach osiemdziesiątych.¹⁵ do lat dziewięćdziesiątych dwudziestego wieku wszelkie środowiskowe stacje niepubliczne działały w Europie nielegalnie. W tym okresie nastąpiły zmiany w regulacjach prawnych pozwalających na legalne działanie stacji prywatnych. Radiofonia publiczna, na której radio zbudowało swoją potęgę, ustąpiła miejsca prywatnemu sektorowi radiowemu, który narzucił dynamikę rozwoju tego medium.¹⁶

Ważnym zjawiskiem dla historii omawianego medium jest formatowanie radia, którego istotą jest „przyporządkowanie wszelkich jego funkcji ideowych, programowych, marketingowych i organizacyjnych obsłudze specyficznego segmentu rynkowego, który jest zazwyczaj dobrze zdefiniowany w kategoriach socjo-demograficznych.”¹⁷ Formatowanie radia należy zatem rozumieć jako techniczną strategię programową polegającą na dostosowaniu wszystkich elementów radiowej ramówki (muzycznych i słowno-muzycznych) do zidentyfikowanego i docelowego odbiorcy. Celem formatowania jest identyfikowanie stacji za pomocą jej oferty muzycznej, reklamowej i sposobów

¹¹ Ibidem, s. 116-117.

¹² M. Kita, op. cit., s. 31.

¹³ *Słownik wiedzy o mediach*, red. W Chudziński, Bielsko Biała 2007.

¹⁴ S, Jędrzejewski., *Radio. Narodziny-ewolucja-perspektywy*, op. cit., s 117.

¹⁵ Ibidem, s. 117-118.

¹⁶ Ibidem, s. 119-120.

¹⁷ T. Kowalski, *Przyszłość mediów – media przyszłości*, [w:] *Media, komunikacja, biznes elektroniczny*, red. B. Jung, Warszawa 2001, s. 248.

egzekwowania formatu. O powstaniu formatu radia zdecydował głównie czynnik ekonomiczny. Pierwsze próby formatowania stacji radiowych sięgają wczesnych lat pięćdziesiątych dwudziestego wieku. Powstały one na rynku amerykańskim.¹⁸

Nadawca, określając profil stacji radiowej, oprócz ustalenia gatunku muzyki preferowanego przez stację, musi uwzględnić odpowiedzi na wiele pytań, m.in.¹⁹:

1. Jak często, kiedy i w jaki sposób zapowiadana jest muzyka?
2. Kiedy i jak często podawana jest nazwa stacji i jej częstotliwość?
3. Jakie jest rozmieszczenie przerw reklamowych?
4. Jeśli są prezentowanie wiadomości, to w jaki sposób to następuje? W konwencji klasycznej czy *infotainment*? Jakie czynniki są brane pod uwagę przy ich selekcjonowaniu?
5. Jaki ma być model wypowiedzi prowadzącego?

Na tej podstawie można stwierdzić, że format radia jest jednym z czynników determinujących kształt języka stosowanego przez prowadzących danej stacji. Format stacji odzwierciedla się także w serwisie informacyjnym: strategiach informowania, tematyce prezentowanych informacji i języku, za pomocą którego się to czyni. Co więcej, Grażyna Stachyra wyróżnia również inne parametry formatowania odnoszące się do języka audycji. Są to: intensywność relacji nadawca-odbiorca, stopień jednorodności oferty programowej oraz „stopień wyrafinowania składników treściowych i konstrukcji słownych”²⁰

¹⁸ G. Stachyra, *Gatunki audycji w radiu sformatowanym*, Lublin 2008, s. 26-27.

¹⁹ Ibidem, s. 28-29.

²⁰ Ibidem, s. 31.

1.3 Konteksty teoretyczne i metodologiczne

1.3.1 Stan badań nad językiem mediów

Szeroko rozumiane badania nad polszczyzną w mediach zajmują ważne miejsce w językoznawstwie, ponieważ media odgrywają coraz większą rolę w każdym obszarze życia człowieka. Badania nad komunikacją medialną pozwalają odkryć mechanizmy funkcjonowania mediów, pokazują, jak stać się lepszym nadawcą medialnym lub bardziej kompetentnym odbiorcą, który jest świadomy szans, jak i zagrożeń płynących ze środków masowego przekazu.

Ważnymi zbiorami poświęconymi językowi mediów są antologie wydane pod redakcją Małgorzaty Kity i Iwony Loewe: *Język w mediach*²¹, *Język w internecie*²², *Język w telewizji*²³, *Język w radiu*²⁴, *Język w prasie*²⁵, *Język w kinie*²⁶. Publikacje te stanowią syntetyczne zbiory rozważań różnych językoznawców dotyczące teoretycznych, jak i praktycznych aspektów funkcjonowania języka w przestrzeni medialnej: W prasie, w radiu, w telewizji, internecie i filmie.

Instytut Nauk o Komunikacji Społecznej i Mediach Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie działalność badawczą w zakresie medioznawstwa prowadzi od lat dziewięćdziesiątych dwudziestego wieku. Od 2009 roku wspomniana jednostka wydaje monografie wieloautorskie będące owocem corocznych spotkań medioznawców i ich naukowych refleksji. Wszystkie łączy wspólny nadtytuł *Współczesne media*, jednak każdorazowo publikacja poświęcona jest innemu zagadnieniu wpisującemu się w refleksję nad mediami²⁷. Redaktorkami naukowymi publikacji są Iwona Hoffman oraz Danuta Kępa-

²¹ *Język w mediach*, red. M. Kita i I. Loewe, Katowice 2012.

²² *Język w internecie*, red. M. Kita i I. Loewe, Katowice 2016.

²³ *Język w telewizji*, red. M. Kita i I. Loewe, Katowice 2016.

²⁴ *Język w radiu*, red. M. Kita i I. Loewe, Katowice 2018.

²⁵ *Język w prasie*, red. M. Kita i I. Loewe, Katowice 2019.

²⁶ *Język w kinie*, red. M. Kita i I. Loewe, Katowice 2022.

²⁷ Pierwsza publikacja pt.: *Współczesne media. Status – Aksjologia – Funkcjonowanie* stanowi zbiór refleksji poświęconej metodologii badań. Ukazuje także różnorodność i wieloaspektowość samych mediów. W 2010 r. wydano trzynomową monografię pt.: *Współczesne media – wolne media?* będącą próbą odpowiedzią na pytanie zawarte w tytule książki: czy media funkcjonujące po 1989 roku są rzeczywiście wolne? Następna publikacja lubelskiego ośrodka została wydana w roku 2012 i była to monografia pt.: *Współczesne media. Kryzys w mediach* dotycząca obrazu kryzysu w mediach, jak i kryzysu funkcjonowania mediów. Tom ten wyróżnia interdyscyplinarne ujęcie tematu, bowiem autorami tekstów są nie tylko językoznawcy czy medioznawcy, ale również politolodzy i prawnicy. Rok 2013 przyniósł tom *Współczesne media. Języków mediów*. Można wskazać w nim następujące zakresy tematyczne: sposoby oddziaływania przekazu werbalnego, sposoby oddziaływania przekazu niewerbalnego, gatunki medialne, medialne obrazy świata oraz zastosowanie języka w służbie polityki i reklamy. W roku 2014 wydano tom poświęcony aspektowi aksjologii w mediach i aksjologii mediów pt.: *Współczesne media. Wartości w mediach oraz Współczesne media. Wartości mediów*. Publikacja ukazuje media

Figura. na szczególną uwagę w kontekście badań nad radiowymi serwisami informacyjnymi zasługuje publikacja z 2016 roku: *Współczesne media – media informacyjne*²⁸ poświęcona zagadnieniu informacyjności przekazów medialnych oraz dyskusji nad realizacją funkcji informacyjnej przez media. Część tekstów serii z 2016 roku poświęcona jest zależnościom między informacyjnością przekazu a formą wypowiedzi medialnej. W jednym z tomów opublikowano artykuł poświęcony radiowym serwisom informacyjnym autorstwa Krzysztofa Kaszewskiego²⁹, dotyczący funkcji stosowania pierwszoosobowych form liczby mnogiej czasowników w radiowych programach informacyjnych. W innym artykule Anna Granat³⁰ udowadnia tezę, że we współczesnych mediach nie istnieje czysta intencja informowania. Czyni to poprzez analizę tekstów prasowych, internetowych i telewizyjnych. Liczne rozważania dotyczą internetu jako przestrzeni informacji, a także telewizyjnych serwisów informacyjnych. W miejscu tym należy wspomnieć tekst Moniki Grzelki i Agnieszki Kuli³¹, które opisały sposób oddziaływania współczesnego newsa telewizyjnego.³² Według badaczek współczesny news w programach telewizyjnych, wykreowany przez nadawców, cechuje istotność, czyli wysoka „wartość informacyjna” oraz interwencyjność, czyli reprezentowanie

jako przestrzeń, w której odbiorca nabywa kompetencji aksjologicznych. Ponadto, część ta prezentuje sposoby oddziaływania mediów na świat wartości odbiorców. W roku 2015 została wydana publikacja poświęcona teoretycznym, jak i praktycznym aspektom medialnego obrazu świata pt.: *Współczesne media. Medialny obraz świata*. Rozważania teoretyczne dotyczą definiowania pojęcia medialnego obrazu świata, mechanizmów jego konstruowania, metod badań oraz prawnych ograniczeń kreowania obrazu rzeczywistości w przestrzeni medialnej. Druga część tej publikacji stanowi zbiór opracowań o charakterze analitycznym będących studium przypadku. W roku 2017 ukazała się publikacja poświęcona genologicznym aspektom badań nad mediami pt.: *Współczesne media. Gatunki w mediach. Prace dedykowane Profesor Marii Wojtak*. Teoretyczne i praktyczne badania nad gatunkami mediów dotyczą przestrzeni mediów drukowanych i mediów elektronicznych. Dziewiąte wydanie lubelskiej serii oscyluje wokół tematyki multimodalności mediów. Jest to seria pt.: *Współczesne media. Media multimodalne*. Zaprezentowane w niej badania obrazują komunikację medialną jako wielokodową i wielowarstwową. W roku 2019 ukazała się publikacja poświęcona problematyce i metodologii badań nad mediami pt.: *Współczesne media. Problemy i metody badań nad mediami*. Jest ona swoistym podsumowaniem dotychczasowych refleksji medioznawczych. Teksty w niej zawarte są opisami przedmiotów badań nad mediami i ich genezy oraz dyskusją nad współczesnymi nurtami badawczymi. Kolejna publikacja ośrodka lubelskiego, wydana w 2021 roku, to *Współczesne media. Przemoc w mediach*. Tom ten w oparciu o dotychczasowe ustalenie dotyczące zjawiska przemocy tworzy szeroki ogląd form, wizerunków i funkcji przemocy z różnych perspektyw: ofiary, kata i obserwatora. W roku 2022 zostały opublikowane dwa kolejne tomy *Współczesne media. Współczesne dyskursy medialne* poświęcone narzędziom, typom, nadawcom, analizom oraz skutkom aktualnych dyskursów w mediach. Najnowsza dwutomowa publikacja z tej serii pochodząca z 2023 roku nosi tytuł *Współczesne media. Dziennikarstwo jakościowe*, która podejmuje próbę zdefiniowania jakości dziennikarskiej w zakresie teoretycznym i praktycznym.

²⁸ *Współczesne media – media informacyjne*, t. 1 i t. 2, red. I. Hofman, D. Kępa-Figura, Lublin 2016.

²⁹ K. Kaszewski, *Formy I. osoby liczby mnogiej w radiowym serwisie informacyjnym*, [w:] *Współczesne media – media informacyjne*, t. 1, op. cit., s. 83-100.

³⁰ A. Granat, *Język jako narzędzie publicystyki mediów informacyjnych*, *Współczesne media – media informacyjne*, t. 1, op. cit., s. 43-95.

³¹ M. Grzelka, A. Kula, *Współczesny news telewizyjny – o dwóch strategiach w informowaniu. Istotność i interwencyjność*, [w:] *Współczesne media – media informacyjne*, t. 2, op. cit., s. 217-224.

³² o newsach telewizyjnych badaczki pisały także w artykule: *Ewolucja polskiego newsa telewizyjnego i jego właściwości rodzajowych*, [w:] *Człowiek i kultura w komunikacji medialnej*, red. M. Karwatowska, R. Litwiński, A. Siwiec, Lublin 2015, s. 89-99.

społeczno-obyczajowej tematyki. Temat strategii informowania w newsach telewizyjnych był kontynuowany przez poznańskie badaczki i zaowocował kolejnym tekstem wydanym w późniejszych latach, w którym to opisano zagadnienie bezstronności i wiarygodności newsów telewizyjnych³³. Należy jednak podkreślić, że mowa tu o celowych i autokreacyjnych strategiach informowania stosowanych przez nadawców medialnych, a nie o nieintencjonalnych zjawiskach zachodzących w programach telewizyjnych. Godny uwagi jest także tekst Mai Chacińskiej poświęcony zjawisku tabloidyacji i *infotainmentu* w oparciu o analizę porównawczą szwedzkich publicznych i komercyjnych telewizyjnych serwisów informacyjnych z *Wiadomościami* polskiej telewizji publicznej.³⁴

1.3.2 Radio w badaniach medioznawczych i językoznawczych

Przegląd literatury poświęconej mediom prowadzi do wniosku, że większość naukowych pozycji zawiera refleksje językoznawcze dotyczące telewizji, prasy czy nowych mediów. Choć pojawiają się także publikacje omawiające zagadnienia języka i komunikacji radiowych przekazów medialnych, należy podkreślić, że pod względem ilościowym jawią się jako drugorzędne. Dotychczasowe opracowania naukowe dotyczące mediolingwistycznego opisu radia nie stanowią obszernej grupy. Najważniejsze pozycje bibliograficzne z tego zakresu zostały omówione poniżej.

Naukowe opracowania dotyczące radia sięgają już dwudziestolecia międzywojennego. W 1938 roku zostało wydane opracowanie teoretyczne pod redakcją Franciszka Pawliszaka poświęcone charakterowi funkcjonowania radia w Polsce w latach 1935-38³⁵. Prezentuje ono artystyczną, oświatową, informacyjną, rozrywkową i inwestycyjną działalność radia. Omawia także wszystkie ówczesnie działające rozgłośnie i ich programy. Uwypukla misyjność radia polegającą na działaniu w służbie państwa i narodu.

Godny uwagi jest także krótki artykuł Witolda Doroszewskiego wydrukowany w *Poradniku Językowym* pochodzącym z roku 1938. Tekst ten opisuje uchwałę podjętą podczas III Kongresu Międzynarodowego w Belgii poświęconego naukom fonetycznym³⁶, stwierdzającą, że w wielu krajach poprawność językowa i styl audycji oraz dykcja spikerów nie jest na zadawalającym poziomie. Uchwała ta zaleca ośrodkom radiofonicznym

³³ M. Grzelka, A. Kula, *Współczesny news telewizyjny – o dwóch kolejnych strategiach gry w informowanie. Bezstronność i wiarygodność*, [w:] *Współczesne media. Gatunki w mediach*, t. 2, op. cit., s. 121-131.

³⁴ M. Chacińska, *Tabloidyacja i „infotainment” w polskich i szwedzkich serwisach informacyjnych*, [w:] *Współczesne media – media informacyjne*, t. 2, op. cit., s. 167-186.

³⁵ *Radio w Polsce w latach 1935-1938*, red. F. Pawliszak, Warszawa 1938.

³⁶ *Notabene* jedno z posiedzeń plenarnych tego Kongresu poświęcone było sprawom radiofonii, co świadczy o ówczesnym zainteresowaniu w środowisku naukowym tematem aktualnego stanu języka w radiu.

współpracę z instytucjami językoznawczymi. Doroszewski, jako jeden z autorów tej uchwały, podkreśla w artykule naturalną konieczność czynnego udziału językoznawców w praktycznym użyciu języka³⁷.

Kwestie metodologiczne dotyczące tekstów radiowych porusza artykuł Juranda Banacha *Tekst radiowy jako tekst mówiony*³⁸, który jest odpowiedzią na pytanie: czy tekst radiowy można badać przy pomocy tych samych metod i narzędzi, za pomocą których bada się tekst mówiony. Badacz dokonuje próby odtworzenia toku konstruowania tekstu wywiadu radiowego przez redaktora, czyli nadawcę bezpośredniego.

Językiem dziennikarzy sportowych w radiu, ale także w telewizji zajął się Miłosz Stajewski. W artykule pochodzącym z 1978 roku badacz dokonuje przeglądu najbardziej charakterystycznych błędów w języku sprawozdawców sportowych³⁹. W konkluzji Stajewski stwierdza, że nieporadny styl dziennikarzy sportowych wynika z ograniczonego słownictwa, frazeologii i nieznamomości składni. Zauważa także, że nieumiejętne wypowiedzi są skutkiem chęci udratyzowania przekazów medialnych.

Warto też przywołać artykuł Bogusława Dunaja pochodzący z 1983 roku, będący wnikliwą analizą języka (na poziomie fonetycznym) spikerów radiowych i dziennikarzy-lektorów⁴⁰. Z przeprowadzonych przez niego badań wynika, że na ogół to spikerzy mówią staranniej niż lektorzy⁴¹. Przyczyn różnych wariantów wymowy obecnej w radiu badacz dopatruje się w tempie mówienia lub w podłożu gwarowym lub regionalnym.

Dużą popularnością wśród badań nad radiem cieszą się gatunki radiowe. W tym miejscu należy wspomnieć o Łódzkiej Szkole Radioznawczej działającej przy Katedrze Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej Uniwersytetu Łódzkiego, bowiem głównym kierunkiem jej badań są radiowe gatunki: artystyczne (słuchowiska, reportaże radiowe i *feature*), informacyjne i publicystyczne. Łódzki zespół badawczy został założony przez Elżbietę Pleszkun-Olejniczakową, a obecnie jego kierownikiem jest Joanna Bachura-Wojtasik⁴².

³⁷ W. Doroszewski. *Językoznawstwo a radiofonia*, [w:] *Język w radiu*, op. cit., s. 276-277.

³⁸ J. Banach, *Tekst radiowy jako tekst mówiony*, [w:] *Miejska polszczyzna mówiona. Metodologia badań. Materiały z konferencji naukowej w Sosnowcu w dniach 20-21 czerwca 1974 roku*, red. W. Lubaś, Katowice 1976, s. 127-140.

³⁹ M. Stajewski, *Język dziennikarzy sportowych w radiu i telewizji*, „Poradnik Językowy”, 1978 (4), s. 165-168.

⁴⁰ B. Dunaj, *O wymowie spikerów i lektorów radiowych*, „Język Polski”, 1983 (1/2) s. 7-26.

⁴¹ w rozumieniu opracowania lektor to osoba czytająca przygotowany tekst, a spiker to dziennikarz spontanicznie wypowiadający się na antenie radia.

⁴² W skład Łódzkiej Szkoły Radioznawczej wchodzi ponadto: z Uniwersytetu Łódzkiego: Kinga Sygizman, Paulina Czarnek-Wnuk, Karolina Albińska, Natalia Kowalska, Katarzyna Szklarek, z Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego w Olsztynie: Urszula Doliwa, z Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie: Paulina Wiernicka. W Łódzkiej Szkole Radioznawczej powstały następujące rozprawy doktorskie: dysertacja Kingi

Zainteresowaniem badaczy cieszą się także radiowe audycje dla dzieci. Jedną z językoznawczyń, która zajmowała się tym tematem, jest Barbara Boniecka. Spod jej pióra w 2001 roku wyszedł artykuł pt.: *Profile potoczności w wypowiedziach oficjalnych (na przykładzie radiowych audycji dla dzieci i młodzieży)*⁴³. Boniecka zbadała wyznaczniki potoczności w audycjach radiowych, które należą do oficjalnej sytuacji komunikacyjnej. Z przeprowadzonych przez nią analiz materiałów emitowanych przez Radio Lublin⁴⁴ wynika, że potoczność przekazów widoczna jest nie tylko na poziomie leksykalnym, składniowym i fonetycznym, ale także w sposobach konstruowania określonego gatunku tekstu medialnego. W oparciu o materiał wykorzystany do wyżej omówionych badań powstała szersza publikacja Bonieckiej zatytułowana o *języku audycji radiowych*, współtworzona przez Jolantę Panasiuk. Autorki poświęcają uwagę następującym elementom audycji radiowych: tekstowości i genologii audycji, metatekstowym wypowiedziom prezenterów, językowym sposobom ujawniania życzliwości w audycjach radiowych, eksplikacji agresji w audycjach dla dzieci i młodzieży, oraz ustności audycji radiowych⁴⁵.

Problematyką metakomunikacji i metajęzyka w radiu zajmował się także Paweł Nowak. Jest on autorem tekstu pt.: *Metajęzyk dialogów radiowych w dyżurach prezenterkich*⁴⁶, który jest refleksją nad mechanizmami i środkami metajęzykowymi w audycjach radiowych z lat 2000-2002 przejawiającymi dialogowość. Badacz uwypukla ówczesne zmiany w tekstach radiowych polegające na budowaniu dialogowości, czyli partnerstwa w komunikacji, podaje jednak w wątpliwość stwierdzenie, że dialog występujący pomiędzy nadawcą a odbiorcą radiowym jest „prawdziwy [i] fortunny”⁴⁷.

Zainteresowaniem badaczy cieszy się także nazewnictwo medialne. W tym miejscu należy przywołać dwie ważne publikacje poświęcone onimii radiowej. Pierwszą z nich jest

Sygizman dotycząca tematyki krzywdy i cierpienia w reportażach radiowych; Joanny Bachury-Wojtasik pt.: *Odstłony wyobraźni. Współczesne słuchowisko radiowe* poświęcona semiotyce współczesnych słuchowisk radiowych; Aleksandry Pawlik pt.: *Teatr radiowy i jego gatunki* dotycząca artystycznych gatunków radiowych, Agnieszki Garcarek-Sikorskiej pt.: *Monografia Radia RMF FM*; Pauliny Czarnek-Wnuk pt.: *Rodzaje rozrywki w polskiej radiofonii komercyjnej*, której celem było zbadanie form rozrywki w komercyjnych stacjach radiowych działających na polskim rynku medialnym; Karoliny Albińskiej pt.: *Poranna audycja radiowa jako hybryda megagatunkowa* stanowiąca badanie komparatystyczne na temat radiowych *morning show* polskich i brytyjskich rozgłośni osadzonych w kulturze hybrydycznej oraz Natalii Kowalskiej pt.: *Polski i zagraniczny feature radiowy oraz jego odmiany gatunkowe*, która jest genologicznym studium radiowego *feature*, gatunku zbliżonego do reportażu artystycznego, w oparciu o radiofonię polską i zagraniczną.

⁴³ B. Boniecka, *Profile potoczności w wypowiedziach oficjalnych (na przykładzie radiowych audycji dla dzieci i młodzieży)*, [w:] *Język w komunikacji*, red. G. Habrajska, t. 1, Łódź 2001, s. 61-78.

⁴⁴ Analizie poddanych zostało dziesięć audycji z serii *Jasiek. Dobranocka dla najmłodszych* oraz pięć z serii *Poradnik dla Juniora* Radia Lublin.

⁴⁵ B. Boniecka, J. Panasiuk, *O języku audycji radiowych*, Lublin 2001.

⁴⁶ P. Nowak, *Metajęzyk dialogów radiowych w dyżurach prezenterkich*, [w:] *Dialog a nowe media*, Katowice 2004, s. 75-84.

⁴⁷ *Ibidem*, s. 83.

artykuł Mariusza Rutkowskiego i Katarzyny Skowronek poświęcony klasyfikacji motywacji słotwórczej nazw audycji radiowych.⁴⁸ Zwracają oni uwagę, że warstwa onimiczna języka w mediach bądź języka mediów⁴⁹, zdeterminowana kierunkiem rozwoju współczesnego języka polskiego, przejawiająca proces demokratyzacji języka i jego kolokwializacji, stanowi ważny obszar badawczy.

Kolejną publikacją poświęconą nazewnictwu w radiu jest tekst Krzysztofa Kaszewskiego *Nazwy stacji radiowej jako składnik tytułu audycji*⁵⁰, w którym badacz dokonuje formalnej analizy nazw audycji radiowych oraz opisuje funkcje stosowania nazw rozgłośni w tytułach audycji⁵¹. Autopromocja to jedna z głównych determinant wpływających na kształt języka w radiu i treść przekazów medialnych. Poczynione w artykule obserwacje znalazły swoją kontynuację w monografii dotyczącej aspektów kreowania własnego wizerunku przez nadawców medialnych, zatytułowanej *Media o sobie. Językowe elementy autopromocyjne w przekazach informacyjnych prasy, radia i telewizji*⁵².

O językowych działaniach prowizerunkowych piszą także Barbara Kudra i Katarzyna Janicka – ich artykuł poświęcony jest autoprezentacji Programu Pierwszego Polskiego Radia oraz RMF FM⁵³.

Ważne miejsce w opracowaniach naukowych dotyczących badań nad polskim radiem zajmują publikacje Grażyny Stachyry. W monografii *Gatunki audycji w radiu sformatowanym*⁵⁴ omawia radio w ujęciu genologicznym – przedstawia opis zjawisk wpływających na schemat gatunkowy audycji we współczesnym radiu oraz na specyfikę komunikacji radiowej. Główna część pracy poświęcona jest opisom współczesnych gatunków radiowych, takich jak: *morning show*, audycje towarzyszące, *phone-out*, interaktywna audycja publicystyczna, lista przebojów oraz muzyczna audycja radiowa. Badaczka porusza również kwestię wiadomości radiowych – opisuje ich wyznaczniki gatunkowe, strukturę oraz

⁴⁸ M. Rutkowski, K. Skowronek, *Uwagi o współczesnym polskim nazewnictwie medialnym (nazwy audycji)*, [w:] *Język w radiu*, op.cit., s. 141-148.

⁴⁹ K. Skowronek oraz M. Rutkowski we wspomnianym artykule nie rozstrzygają sporu znaczeniowego pomiędzy pojęciami: *język w mediach*, a *język mediów*, zaznaczają jednak, że sformułowanie *język mediów* implikuje status odrębnej odmiany języka.

⁵⁰ K. Kaszewski, *Nazwy stacji radiowej jako składnik tytułu audycji*, „Studia Medioznawcze”, 2015, 2 (61), s. 107-119.

⁵¹ Według Kaszewskiego nazwa stacji pozwala na identyfikację stacji i utrwalenie nazwy medium u odbiorcy. Po pierwsze, zastosowanie nazwy wydłuża tytuł, dzięki czemu nazwa audycji jest lepiej uchwytna. Po drugie, pozwala na uspołnienie oferty programowej. Po trzecie, jak stwierdza sam badacz, najistotniejszą funkcją tego zabiegu jest autopromocja, czyli stworzenie pożądanego przez nadawców komunikatu językowego obrazu stacji.

⁵² K. Kaszewski, *Media o sobie. Językowe elementy autopromocyjne w przekazach informacyjnych prasy, radia i telewizji*, Warszawa 2018.

⁵³ K. Janicka, B. Kudra, *Autoprezentacja wybranych rozgłośni radiowych (analiza porównawcza rozgłośni PR1 i RMF FM)* [w:] *Współczesne odmiany języka narodowego*, red. K. Michalewski, Łódź 2004, s. 217.

⁵⁴ G. Stachyra, *Gatunki audycji w radiu sformatowanym*, Lublin 2008.

konwencję. Warto też wspomnieć o rozdziale *Rozrywka we współczesnym radiu*⁵⁵ z książki, którą Stachyra współtworzyła wraz z Pawłem Nowakiem i Magdaleną Piechot, pt. *Rozrywka w mediach i komunikacji społecznej*. W tekście poruszono zagadnienia dotyczące funkcji rozrywki i ludyczności w mediach masowych i innych formach komunikacyjnych. Jest to przegląd nowych, specyficznych gatunków radiowych pełniących funkcję rozrywkową. Badaczka stawia tezę o radiowym wymiarze tabloidyzacji przekazów medialnych przejawiającym się w zwięzłości, kalejdoskopowości czy wzmaganiu efektu dramaturgicznego.

Kolejną językoznawczynią, której zainteresowania badawcze dotyczą radia, jest Iwona Loewe. Jeden z jej tekstów wydany w 2012 roku *Zapowiedzi w polskim radiu*⁵⁶ dotyczy analizy języka spikerów radiowych i zawiera klasyfikację zapowiedzi muzycznych czy programowych.

Wartą uwagi pozycją jest poświęcona analizie rozgłośni radiowych praca zbiorowa *Przemoc w języku mediów?: analiza semantyczna i pragmatyczna audycji radiowych* napisana przez Renatę Dybalską, Danutę Kępe-Figure oraz Pawła Nowaka. Poruszono w niej następujące kwestie: komunikacja i akty mowy w audycjach radiowych, gry językowe w komunikacji radiowej, rola nadawcy i odbiorcy radia w komunikacji medialnej.⁵⁷ Głównym celem publikacji jest opis najbardziej wyrazistych mechanizmów i strategii manipulacyjnych występujących w polskich programach radiowych. W części dotyczącej realizacji gatunków w radiu zostały omówione strategie przekazywania informacji w radiu w oparciu o analizę serwisów informacyjnych Trójki, radia RMF FM oraz Radia Maryja. Jest to jednak zaledwie kilkustronicowa analiza, wąsko ujmująca zagadnienie informacyjności w radiu.

Inna publikacja poświęcona językowi w radiu pt.: *Nagie słowa. Rzecz o słuchowisku*, napisana przez Sławę Bardijewską w 2001 roku, dotyczy gatunku słuchowiska, które w pracy poddano analizie lingwistycznej i semiotycznej.⁵⁸ Porównane zostały współczesne badacze słuchowiska z wcześniejszymi realizacjami tego gatunku.

Badań nad językowymi aspektami rozmowy w radiu podjął się wspomniany już wcześniej Krzysztof Kaszewski. Jego monografia *Język dyskusji radiowej*⁵⁹ pochodząca

⁵⁵ G. Stachyra, *Rozrywka we współczesnym radiu*, [w:] P. Nowak, M. Piechota, G. Stachyra, *Rozrywka w mediach i komunikacji społecznej. Wybrane zagadnienia*, Lublin 2012.

⁵⁶ I. Loewe, *Zapowiedzi w polskim radiu*, [w:] *Język w mediach*, op. cit., s. 154-162.

⁵⁷ R. Dybalska, D. Kępa-Figura, P. Nowak, *Przemoc w języku mediów?: analiza semantyczna i pragmatyczna audycji radiowych*, Lublin 2004.

⁵⁸ S. Bardijewska, *Nagie słowo. Rzecz o słuchowisku*, Warszawa 2001.

⁵⁹ K. Kaszewski, *Język dyskusji radiowej*, Warszawa 2006.

z 2006 roku jest językoznawczą analizą telefonicznych wypowiedzi słuchaczy audycji *Za, a nawet przeciw* Programu Trzeciego Polskiego Radia.

O komunikacji w radiu pisała także Agnieszka Oskiera w publikacji *Strategie konwersacyjne w dialogu radiowym*⁶⁰ z 2006 roku, prezentując funkcje komunikatów na poziomie interakcji oraz opisując strategie konwersacyjne.

O wiadomościach radiowych traktuje obszerna monografia z 2006 roku *Informacja. Wywiad. Felieton. Sposób istnienia tradycyjnych gatunków w radiu komercyjnym* Magdaleny Steciąg. W książce informacja radiowa ujęta została jako gatunek dziennikarski. Wskazano także na rozrywkowy charakter wiadomości radiowych.⁶¹

Inna badaczka, Agnieszka Mielczarek, w publikacji pochodzącej z 2005 roku pt.: *Język prezenterów radiowych*⁶² stawia sobie za cel analizę audycji radiowych prowadzonych na żywo. Autorka skupia się na tekstach dotyczących inicjowania kontaktu, wprowadzania obcych kwestii, zapowiadania muzyki i sposobów kończenia audycji przez spikerów radiowych.

Należy także wymienić monografię *Tekst w radiowej i telewizyjnej debacie politycznej. Struktura - spójność – funkcjonalność* napisaną przez Ewę Szkudlarek-Śmiechowicz. Autorka bada debatę polityczną w radiu i w telewizji jako tekst. Książka ta zogniskowana jest wokół następujących zagadnień: organizacji tekstowej debat, tematycznej organizacji wywiadów oraz pytań i odpowiedzi jako wyznaczników spójności w debacie.⁶³

Jedną z najnowszych publikacji poświęconych dyskursowi radiowemu jest już wcześniej wspomniana antologia *Język w radiu* wydana w 2018 roku pod redakcją M. Kity i I. Loewe, która szeroko ujmuje omawianą tematykę.⁶⁴ Na szczególną uwagę zasługuje tekst Małgorzaty Kity *Dyskurs radiowy*, który jest syntezą dotychczasowej wiedzy na temat tego medium i jego języka. Badaczka dokonuje między innymi charakterystyki radia, podejmuje refleksję nad komunikacją w radiu, przywołuje najważniejsze badania nad językiem w tym medium, a także pokrótce opisuje cechy języka mówionego w radiu.

Język mediów jest obszarem zainteresowań licznych językoznawców, których badania oscylują jednak przede wszystkim wokół prasy i telewizji. Powyższy skrótowy przegląd publikacji omawiających media i język przez nie zdeterminowany wskazuje, że radio

⁶⁰ A. Oskiera, *Strategie konwersacyjne w dialogu radiowym*, Łask 2006.

⁶¹ M. Steciąg, *Informacja. Wywiad. Felieton. Sposób istnienia tradycyjnych gatunków w radiu komercyjnym*, Zielona Góra 2006.

⁶² A. Mielczarek, *Język prezenterów radiowych*, Poznań 2005.

⁶³ E. Szkudlarek-Śmiechowicz, *Tekst w radiowej i telewizyjnej debacie politycznej. Struktura - spójność – funkcjonalność*, Łódź 2010.

⁶⁴ *Język w radiu*, op. cit.

w badaniach nie jest pomijane. Brakuje jednak pozycji, które w kompleksowy i syntetyczny sposób analizują język informacji w radiu oraz prezentują radiowe serwisy informacyjne w aspekcie genologicznym – badacze zdecydowanie chętniej pochylają się nad telewizyjnymi serwisami informacyjnymi. Stąd idea przeprowadzenia wnikliwych badań w odniesieniu do medium ograniczonego do fonii radia. Studia te mają być mediolingwistycznym spojrzeniem na językowe funkcjonowanie informacji w radiu.

1.3.3 Mediolingwistyka

Niniejsza rozprawa jest próbą mediolingwistycznego spojrzenia na wycinek komunikacji medialnej, którą stanowią radiowe serwisy informacyjne. Mediolingwistyka to nowe transdyscyplinarne podejście badawcze, którego propagatorem jest m.in. Bogusław Skowronek. Jest dyscypliną, która korzysta z zaplecza funkcjonujących już w językoznawstwie teorii badawczych. Ważne jest to, że nowe technologie medialne mają wpływ na to, w jaki sposób rozwijają się język – rozumiany jako system – oraz formy porozumiewania się.⁶⁵ Podążając za tą myślą, wyodrębnienie nowej dziedziny językoznawczej, która jednocześnie nie odrzuca istniejących już perspektyw badawczych, jest zasadne.

Język, ludzki wytwór, rozumiany jako wieloaspektowe, usystematyzowane dźwięki posiadające znaczenia, może być analizowany równocześnie z bardzo różnych perspektyw, często wykraczających poza dziedziny językoznawcze: neurofizjologicznej, psychologicznej, socjologicznej, antropologicznej, psychologicznej, kulturowej, semiotycznej, filozoficznej, komunikacyjnej, matematyczno-statystycznej, dydaktycznej i retoryczno-perswazyjnej *etc.* Wszystkie orientacje badawcze wnoszą w dziedzictwo naukowe swoją wartość, a nowe podejścia nie wypierają poprzednich, a jedynie je uzupełniają.⁶⁶ Współczesną komunikację językową cechuje heterogeniczność, polisemiczność oraz polimorficzność, zjawiska kulturowe są zmienne, niejednoznaczne oraz hybrydalne, zatem, jak zakłada Katarzyna Skowronek, we współczesnych badaniach lingwistycznych należy dopuszczać subwersywne dociekanie⁶⁷. Jednym z założeń podejścia mediolingwistycznego jest wykluczenie izolacjonizmu językoznawczego⁶⁸, polegającego na rozpatrywaniu języka samego w sobie,

⁶⁵ B. Skowronek, *Mediolingwistyka*, Kraków 2013, s. 10.

⁶⁶ Ibidem, s. 88.

⁶⁷ K. Skowronek, *Językoznawstwo subwersywne*, „Annales Universitatis Paedagogicae Cracoviensis. Studia Linguistica”, 2011 (6), s. 30-40.

⁶⁸ B. Skowronek nie przekreśla podejścia dwudziestowiecznych strukturalistów czy formalistów, a zwraca uwagę na fakt, iż te kierunki były właściwe początkom językoznawstwa i czasom kształtowania się teoretycznych i metodologicznych podstaw tej dziedziny. Obecnie, gdy zmianom uległy nie tylko subdyscypliny

pomijając jego usytuowanie w kontekście językowym, społecznym czy kulturowym. Język, będący faktem społecznym, nie istnieje poza komunikacją międzyludzką, dlatego też jest nieodmienną częścią kultury i jest usytuowany w rozmaitych kontekstach. Bogusław Skowronek żywi przekonanie, że jeśli językoznawstwo ma skutecznie i użytecznie opisywać rozmaite kształty języka, musi stać się mozaiką podejść naukowych⁶⁹. Z powyższych zależności wypływa kolejne założenie mediolingwistyki – interdyscyplinarność⁷⁰, na którą składa się przede wszystkim zestawienie lingwistyki z wiedzą o mediach. B. Skowronek zaleca w podejściu mediolingwistycznym: „praktykę interpretacyjną, twórczą interakcję podejść, wzajemną badawczą inspirację, motywowanie, ale i przenikanie spojrzeń, działanie systematyczne i sfunkcjonalizowane.”⁷¹ Polimetodyczność i wielowariantywność ujęć w badaniach nad językiem mediów mają swoje uzasadnienie w tym, że tekst medialny jest obfity w różne warstwy semiotyczne. Niezwykle istotne dla badacza językowych odmian medialnych zdają się być następujące słowa B. Skowronka:

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 „światopogląd” danego medium, jego charakter, wzorcowy dlań styl komunikacyjny i poznawczy. Narracja medialna jest zawsze polisemiczna i multimodalna. (...) Języka motywowanego czynnikami medialnymi nie wolno więc badać jak preparatu wyizolowanego z przekazu medialnego. (...) Dlatego, podkreślę raz jeszcze, badając językową warstwę przekazu medialnego, trzeba ją zawsze widzieć w kontekście cech charakterystycznych dla danego medium oraz w relacji z innymi systemami semiotycznymi, współtworzącymi znaczenia konkretnego tekstu. Każde medium przedstawia bowiem treści językowe w specyficzny dla siebie sposób.⁷²

B. Skowronek zwraca także uwagę na pewne „zwroty badawcze”, które zaszły we współczesnej humanistyce. Mowa tu o „zwrocie lingwistycznym”, „ikonicznym”, „kulturowym” oraz „krytycznym”, których to koncepcja wpływa na perspektywę badawczą mediolingwistyki.⁷³ *Linguistic turn* uwypuklił konstruktywistyczną wizję języka i jego rolę w kreacji rzeczywistości, dlatego też fundamentalne staje się nie to, co mówimy o świecie, ale

językoznawcze, sposoby analiz czy ich cele, ale przede wszystkim sam przedmiot badań, czyli język, należy uznać go za byt nieautonomiczny.

⁶⁹ B. Skowronek, op. cit., s. 91.

⁷⁰ Skowronek odrzuca jednak interdyscyplinarność rozumianą jako przypadkowy eklektyzm, okazjonalne bądź przypadkowe sięganie po narzędzia badawcze innych dyscyplin.

⁷¹ Ibidem, s. 94.

⁷² Ibidem, s. 95-96.

⁷³ Ibidem, 98.

w jaki sposób to czynimy. Z kolei, *iconic turn* to szeroko ukierunkowana refleksja nad wizualnymi elementami kultury, ich społeczno-kulturowymi przejawami i sposobami percepcji. Włączenie dyskursu obrazu w badania mediolingwistyczne ma swoje uzasadnienie w tym, że przedmiotem tych analiz mogą być takie media jak: telewizja, film, media cyfrowe czy inne przejawy wizualnego oddziaływania. Kolejny zwrot – kulturowy – sankcjonuje interdyscyplinarną perspektywę badań i zmusza do jak najszerszego ujęcia wszelkich kulturowych odniesień i kontekstów danego tekstu medialnego. Kulturowy zwrot pociąga za sobą jeszcze jedno ważne podłoże badawcze – *zwrot krytyczny*, warunkujący analizę tekstu jako próbę optymalnego omówienia jego uwarunkowania społecznego i światopoglądowego. Nie oczekuje się zatem od mediolingwisty wyłącznie formalnego opisu struktur języka i elementów tekstu, ale również unaocznienia nawiązań do procesów społecznych, zjawisk politycznych, ideologicznych, kulturowych oraz instytucji medialnych.⁷⁴

Co więcej, mediolingwistykę wyróżnia krytyczne podejście wobec przedmiotu badań. Analiza mediolingwistyczna wychodzi poza analizy formalno-systemowe. Jednym z jej głównych zadań jest odkrywanie czynników kształtujących komunikaty medialne. Poza tym analiza mediolingwistyczna ma opisać ich językowy oraz kognitywny, społeczny i kulturowy wymiar. „Zasadniczym celem mediolingwistyki jest (...) badanie struktury i użycia języka w jego medialnym kontekście; opis i analiza poszczególnych podsystemów, mechanizmów tworzenia określonych tekstów (także w wymiarze genologicznym), celów pragmatycznych, kontekstowych warunków funkcjonowania, wreszcie sposobów oddziaływania.”⁷⁵ Co ważne, znaczące w badaniach mediolingwistycznych są wszelkie czynniki medialne warunkujące fakty językowe komunikacji medialnej.⁷⁶

1.3.4 Dyskurs medialny

Jak powszechnie wiadomo, powstanie i rozwój mediów wpłynęły na kształt współczesnej komunikacji międzyludzkiej, która jest coraz częściej komunikacją zapośredniczoną, komunikacją *interface to interface*. Owa współczesna mediatyzacja porozumiewania się jest postrzegana jako analogiczna względem rewolucyjnych przemian oralnego systemu porozumiewania się w system piśmienniczy. Media bowiem to nie tylko przekaz tekstowy, ale i dźwięk, obraz, fotografia, hipertekst, materiał audiowizualny *etc.* Fakt ten skłania do spojrzenia na polszczyznę w sposób dychotomiczny i podzielenia jej na odmianę medialną

⁷⁴ Ibidem, s. 101-103.

⁷⁵ Ibidem, s. 18-19.

⁷⁶ Ibidem, s. 19.

i niemedialną, w zależności od wykorzystywania lub nie środków masowego przekazu.⁷⁷ Ponadto język współczesnych mediów nie jest językiem naturalnym w rozumieniu de Saussure'a, ale językiem „nie-naturalnym, wykreowanym, zróżnicowanym formalnie i semantycznie kodem absorbującym i zawłaszczającym wszelkie możliwe płaszczyzny komunikowania”⁷⁸.

Maciej Kawka proponuje umieszczenie polszczyzny ukształtowanej w ramach komunikacji medialnej w nowej typologii odmian polszczyzny. Umieszczanie jej w istniejących dotąd odmianach i stylach polszczyzny wydaje mu się bezzasadne, ponieważ język mediów stworzył oddzielną płaszczyznę zespoloną przez wspólny kanał przekazu czy to mówionego czy pisanego – środki masowe⁷⁹. Pomocna w odpowiedzi na rodzące się pytanie: jak badać dyskurs mediów, będzie próba zdefiniowania pojęcia *dyskurs*. B. Skowronek dla badań mediolingwistycznych przyjmuje interpretację dyskursu Teuna A. van Dijka oraz Normana Fairclougha. Van Dijk zakłada, że dyskurs to „forma użycia języka” i „zdarzenie komunikacyjne”. Z kolei Fairclough utrzymuje, że dyskurs jest „formą praktyki komunikacyjnej związanej z określoną dziedziną ludzkiej aktywności”⁸⁰. Dla mediolingwistyki dyskurs to „zdarzenie komunikacyjne motywowane medialnie”. B. Skowronek, bazując na powyżej omówionych interpretacjach dyskursu, utrzymuje, że dyskurs nigdy nie jest „neutralny światopoglądowo”. Analizując tekst danego dyskursu, badacz jest w stanie określić obowiązujący w ramach wspólnoty komunikacyjnej danego dyskursu świat wartości, gdyż zachowania komunikacyjne oraz językowe systemy semiotyczne są wyrazem przekonań reprezentowanych przez uczestników danego dyskursu. Dyskurs w swoim najszerszym znaczeniu nie jest niczym innym, jak „praktykowanym językiem” – użyciem dowolnego kodu semiotycznego w aspekcie komunikacyjnym służącym przekazaniu określonych idei.⁸¹ Skoro dyskurs dotyczy celowych działań językowych, to przy badaniu dowolnego dyskursu medialnego, należy postawić następujące pytanie: W jaki sposób użyto języka typowego dla określonej sytuacji społecznej, wchodzącej w określoną konwencję i gatunek medialny?⁸² Językoznawca zatem będzie badał strukturę, funkcję, semantykę i styl danego dyskursu medialnego. Ważną kwestią pozostaje pytanie o granicę

⁷⁷ M. Kawka, *O badaniu języka dyskursu medialnego*, „Media i Społeczeństwo”, 2014 (4), s. 170.

⁷⁸ Ibidem, s. 169.

⁷⁹ Ibidem, s. 169.

⁸⁰ Ibidem, s. 107.

⁸¹ Ibidem s. 108-109.

⁸² Z. Kowalik-Kaleta, *Interdyskursywność w medialnych tekstach perswazyjnych – analiza KAD*, „Media i Społeczeństwo”, 2011 (1), s. 103-105.

dyskursu w obrębie danego tekstu – co w nim jest dyskursem i czy autokreacyjne aspekty języka to jeszcze dyskurs?⁸³

Krytyczna analiza dyskursu odgrywa ważną rolę w kontekście badań mediolingwistycznych. Celem tej metody jest ujawnienie mechanizmów, za pomocą których „język i znaczenie są wykorzystywane przez, mówiąc ogólnie, ‘siły sprawujące władzę’ lub ‘mające wpływy’, by podporządkować sobie ‘rządzonych’, tj, podlegających wpływom, niekiedy zwodzić ich i wyzyskiwać.”⁸⁴ Krytyczna analiza dyskursu wykazała wielokrotnie mieszanie się różnych dyskursów w obrębie poszczególnych obrazów dyskursu – mowa tu o interdyskursywności, którą rozumieć należy jako obecność elementów jednego dyskursu z tematu makro (temat ogólny) w innym dyskursie w innym temacie makro⁸⁵. W metodologii badań krytycznej analizy dyskursu zostały wyróżnione następujące jednostki składowe analizy: temat makro (ogólny) dyskursu, jego podtematy, tekst rozumiany jako „materialny wytwór działań językowych”, gatunek mowy, którym jest „społecznie usankcjonowany sposób użycia języka powiązany z konkretnym rodzajem działania społecznego” oraz „obszar działania społecznego” – fragment rzeczywistej społeczności, w ramach której odbywa się dyskurs.⁸⁶ Norman Fairclough wyodrębnił trzy główne etapy krytycznej lingwistyki: *opis* formalnych właściwości tekstu, *interpretacja* – omówienie związku między tekstem a interakcją społeczną oraz *wyjaśnienie* – wskazanie zależności między interpretacją a kontekstem społecznym.⁸⁷

Bogusław Skowronek zwraca szczególną uwagę na praktyki dyskursywne w analizie tekstów medialnych, ponieważ wykraczają one poza lingwistyczne systemowo struktury, a problematyka badanych działań językowych pojmowana jest jako kwestia społeczno-kulturowa.⁸⁸ Badacz podkreśla jednak, że analiza dyskursu, służąca ujawnieniu i wyjaśnieniu „utekstowionych” ideologii, pozostać musi neutralnym, pozbawionym wartościowania opisem światopoglądu ukrytego w przekazach medialnych.⁸⁹ Bazując na wyróżnionych przez N. Fairclougha etapach KAD-u, B. Skowronek prezentuje otwartą propozycję modelu postępowania badawczego dyskursów umotywowanych medialnie, którą można nazwać mediolingwistyczną „denaturalizacją” tekstu⁹⁰.

⁸³ M. Kawka, op. cit., s. 166-167.

⁸⁴ Z. Kowalik-Kaleta, op. cit., s. 103.

⁸⁵ Ibidem, s. 104.

⁸⁶ Ibidem, s. 104.

⁸⁷ Podaję za: ibidem, s. 157-158.

⁸⁸ Ibidem, s. 109.

⁸⁹ Ibidem, s. 157.

⁹⁰ Ibidem, s. 158-159.

- I. **Medialna „denaturalizacja”** – wyodrębnienie analizowanego tekstu ze struktury medium, „analiza polisemiotyeczna wzajemnych związków i determinant”, „określenie logiki danej technologii” oraz wskazanie „światopoglądu” medium i jego wpływu na tekst.
- II. **Pragmatyczno-funkcjonalna „denaturalizacja”** – zbadanie celów pragmatycznych tekstu, jego przeznaczenia oraz obszarów tematycznych występowania tekstu.
- III. **Językowa „denaturalizacja”** – formalna analiza tekstów, na którą składa się opis poszczególnych kategorii gramatyczno-systemowych, stylistycznych, kompozycyjnych, genologicznych etc., a także opis medialnego obrazu świata powstałego w oparciu o zastosowanie kategorii językowych w obrębie danego dyskursu.
- IV. **Dyskursywna „denaturalizacja”** – wskazanie ideologicznych aspektów tekstu – społecznych, politycznych, kulturowych oraz światopoglądowych. Oprócz tego ważne jest określenie stopnia ich wpływu na wykreowaną przez nadawcę rzeczywistość.
- V. **Odbiorcza „denaturalizacja”** – zbadanie skutków oddziaływania danego tekstu na odbiorców i opisanie sposobów jego odbioru. Skowronek etap ten nazywa „próbą”, gdyż to zadanie badawcze, by zostało wykonane rzetelnie i skutecznie, wymaga dodatkowych badań publiczności.

Powyżej zaproponowane etapy analizy mediolingwistycznej są bardzo pomocnym opisem metodologicznym dla badaczy tekstów medialnych. Ich autor jest zdania, że o konkretnym włączeniu poszczególnych etapów do analiz decydują cele badawcze, charakter i struktura analizowanego tekstu oraz środek przekazu medialnego.⁹¹

1.3.5 Językowy a medialny obraz świata

Mediolingwistyczne badania tekstów przekazów medialnych nie służą wyłącznie analizie ich struktury czy funkcji, ale również rekonstrukcji językowych obrazów świata w nich ewokowanych. Stąd kolejnym przydatnym narzędziem badawczym będzie analiza JOS.

Językowy obraz świata, kluczowe pojęcie dla lingwistyki kulturowej, podlegał licznym refleksjom językoznawczym. Pojęcie to definiowali m.in.: Janusz Anusiewicz, Ryszard Tokarski, Renata Grzegorzczkova i Jerzy Bartmiński. B. Skowronek zauważa, że tym, co łączy wszystkie definicje JOS-u, jest tożsamy zdefiniowanie podstawy znaczeniowej tego pojęcia. JOS, najogólniej rzecz ujmując, to „rekonstrukcja wizerunku świata i kultury

⁹¹ Ibidem, s. 159.

w języku”⁹². R. Tokarski reprezentuje pogląd, że językowy obraz świata, czyli zbiór pewnych prawidłowości, zawarty jest we fleksyjnych, słowotwórczych, składniowych związkach gramatycznych języka oraz semantycznych strukturach leksykalnych. Według niego językowy obraz świata ujawnia sposób widzenia przez użytkowników danego języka poszczególnych elementów świata, obowiązującej w nim hierarchii oraz wartości.⁹³ R. Grzegorzczkova, definiując JOS, zwraca uwagę na fakt, że językowy obraz świata, utrwalony w systemie gramatycznym i leksykalnym danego języka realizuje się za pomocą tekstów.⁹⁴ J. Bartmiński, z kolei, JOS określa jako „zwerbalizowaną interpretację rzeczywistości”. Jest zdania, że owa interpretacja nie jest jedynie utrwalona w systemie języka, a może też być presuponowana i utrwalona w umysłach danej społeczności poprzez różnego rodzaju przekonania, tradycje, mity czy rytuały.⁹⁵

W kontekście badań mediolingwistycznych przywołać należy termin *medialny obraz świata*, który w rozumieniu Danuty Kępy-Figury oraz Pawła Nowaka oznacza „szczególne przetworzenie językowego obrazu świata”⁹⁶. B. Skowronek medialny obraz świata definiuje jako „obraz świata, który powstaje w efekcie jego poznawania za pośrednictwem mediów”⁹⁷. D. Kępa-Figura oraz P. Nowak medialny obraz świata określają jako reinterpretację językowego obrazu świata. Medialny obraz świata nie jest odosobniony od utrwalonego w umysłach użytkowników językowego obrazu świata, obrazy te jednak nie są całkowicie tożsame. B. Skowronek utrzymuje, że język nie jest wiernym i całościowym odbiciem rzeczywistości, a jedynie jego interpretatorem, stąd też medialny obraz świata jest jego reinterpretacją, zamierzoną i ukierunkowaną ideologicznie. Istotnym zagadnieniem dla medialnego obrazu świata jest także ustalenie zgodności obrazu świata z wartościami wyznawanymi przez odbiorcę – brak akceptacji u odbiorcy na pełne przyjęcie przekazu medialnego pod względem treści i formy nie pozwala na stworzenie medialnej wspólnoty komunikacyjnej.⁹⁸ Zgodność językowego obrazu świata odbiorcy z medialnym obrazem świata budzi u niego poczucie bezpieczeństwa, tożsamości oraz szansy na integrację z nadawcą.⁹⁹

⁹² B. Skowronek, op.cit., s. 117.

⁹³ R. Tokarski, *Słownictwo jako interpretacja świata*, [w:] *Współczesny język polski*, red. J. Bartmiński, Lublin 2001, s. 366.

⁹⁴ R. Grzegorzczkova, *Pojęcie językowego obrazu świata*, [w:] *Językowy obraz świata*, red. J. Bartmiński, Lublin 1990, s. 34.

⁹⁵ J. Bartmiński, *Językowe podstawy obrazu świata*, Lublin 2006, s. 12.

⁹⁶ D. Kępa-Figura, P. Nowak, *Językowy obraz świata a medialny obraz świata*, „Zeszyty Prasoznawcze” 2006 (1-2), s. 59.

⁹⁷ B. Skowronek, op. cit., s. 118.

⁹⁸ Ibidem, s. 119.

⁹⁹ Ibidem, s. 120.

Jan Szmyd pisze zaś o medialnym obrazie rzeczywistości¹⁰⁰, który traktuje synonimicznie z pojęciem medialnego obrazu świata¹⁰¹. Z jego punktu widzenia medialny obraz rzeczywistości to „swoisty obraz” rzeczywistości, którą przekazuje się za pomocą mediów – rzeczywistość ta znajduje się w przekazie medialnym, najistotniejszym elemencie mediów, składającym się z treści informacyjnych, znakowo symbolicznych lub audiowizualnych włożonych w formę językową, obrazową lub dźwiękową. Przekaz medialny należy odczytywać „całościowo”.¹⁰² Godna przytoczenia jest refleksja, zgodnie z którą medialny obraz świata stał się dla współczesnego człowieka kompasem, narzędziem służącym do rozpoznania i zrozumienia świata. Medialny obraz rzeczywistości jest tworzony przez grono tzw. ludzi mediów – mowa tu nie tylko o redaktorach czy dziennikarzach, ale również o właścicielach, akcjonariuszach i zarządcach medialnych spółek, co potwierdza tezę, że za nadawcę medialnego nie można uznać wyłącznie dziennikarza piszącego tekst lub wypowiadającego się na antenie radia lub telewizji. J. Szmyd krytycznie odnosi się do „obrazu”, jaki kreowany jest przez media. Twierdzi, że choć medialny obraz świata zdominował ludzkie sposoby obcowania z rzeczywistością i jej odbierania, ma on negatywny wpływ na ludzkie poznanie. Problem jednak tkwi w tym, że obrazy wynikające z przekazów medialnych są ofensywne, a przy tym atrakcyjne dla odbiorcy.¹⁰³

O tym, jak badać medialny obraz świata, pisał także Grzegorz Ptaszek¹⁰⁴, który wyróżnił cechy wspólne dla wyżej zaprezentowanych ujęć. Są to następujące założenia:

- I. Medialny obraz świata jest interpretacją świata, kreacją (tak samo jak językowy obraz świata).
- II. Jest zapośredniczony i dostępny wyłącznie za pomocą środków masowego przekazu.
- III. Może składać się z mikroobrazów, które budują jeden całościowy obraz.
- IV. Ma postać reprezentacji umysłowej.
- V. Zawiera się nie tylko w języku, ale również w obrazach, dźwiękach i innych formach znakowych.
- VI. Nie jest związany wyłącznie z kulturą, w której powstał – może mieć charakter lokalny, ale i globalny.

¹⁰⁰ J. Szmyd, *Medialny obraz rzeczywistości jako główna orientacja poznawcza i praktyczna w świecie*, [w:] *Medialny obraz rodziny i płci*, red. K. Pokorna-Ignatowicz, Kraków 2012, s. 11-46.

¹⁰¹ Szmyd w swoim artykule używa obu pojęć zamiennie, zaznacza jednak, że *medialny obraz świata* to określenie bardziej metafizyczne.

¹⁰² J. Szmyd, op. cit., s. 14.

¹⁰³ Ibidem, s. 14.

¹⁰⁴ G. Ptaszek, *Jak badać medialny obraz świata?*, [w:] *Współczesne media. Medialny obraz świata*, t. 1, op.cit., s. 15.

G. Ptaszek definiuje zatem medialny obraz świata jako „obraz (reprezentację mentalną), który pojawia się w umyśle odbiorcy wskutek odczytania treści przekazu.”¹⁰⁵ Co więcej, medialny obraz świata jest wytworem konkretnego producenta i powstał z myślą o zdefiniowanym odbiorcy. Stwierdzenie to determinuje dwie perspektywy badawcze medialnego obrazu świata: nadawcy, która służy odkryciu ukrytych w treści znaczeń i ideologii, i odbiorcy, której celem jest ocena, w jakim stopniu reprezentacja umysłowa zawarta w danym przekazie medialnym jest bliska społeczno-kulturowym doświadczeniom odbiorcy.¹⁰⁶ Obie powyższe perspektywy w badaniach medialnego obrazu świata można nazwać analogicznie analizą treści i analizą odbioru. Analizą treści samego przekazu medialnego może być odszukanie informacji zawartych w treści przekazu, analiza semiotyczna¹⁰⁷ odkrywająca ukryte sensy i ideologie w przekazie oraz analiza zawartości¹⁰⁸. G. Ptaszek przekonuje, że analiza ukrytych treści jest jednostronna – badacz mediów przyjmuje założenie, że odbiorca jest bierny, a nadawca, czyli producent, posiada całkowitą władzę nad przekazem medialnym. Natomiast w badaniach z perspektywy odbiorcy uznaje się różne poziomy zgodności sposobów odczytania odbiorcy ze sposobami założonymi przez producenta przekazów. Nie jest jednak celem tych badań określenie, czy interpretacja medialnego obrazu świata danego przekazu jest zgodna z tym, jak on został skonstruowany, ale w jakim stopniu jest on przez niego akceptowany i na ile odbiorca dostrzega związek między nim a swoim umysłem.¹⁰⁹ Warto w tym miejscu przywołać słowa brytyjskiego socjologa Johna B. Thompsona. Żywi on przekonanie, że współcześni badacze mediów powinni odrzucić założenie, że odbiorca medialny jest „pasywnym obserwatorem”, który bezkrytycznie przyswaja informacje zawarte w produktach medialnych.¹¹⁰ Choć współczesny odbiorca to „współkreator własnego doświadczenia semiotycznego”¹¹¹, to postawy odbiorców względem mediów mogą być bardzo różne, na przykład: naturalizowanie ideologicznego przekazu medialnego, odbiór w stanie dystrakcji spowodowany nadprodukcją ofert medialnych czy świadome, aktywne

¹⁰⁵ Ibidem, s. 16.

¹⁰⁶ Ibidem, s. 21.

¹⁰⁷ Analiza semiotyczna dotyczy badania znaków, ich organizacji i znaczenia. W przypadku badań nad przekazami mediów warto ją połączyć z analizą ideologiczną, polegającą na określeniu relacji, jaka zachodzi pomiędzy opisanymi znakami a kulturą, w której uwikłany jest tekst. (por. G. Ptaszek, op. cit., s. 18).

¹⁰⁸ Analiza zawartości to metoda badawcza, która zyskała popularność w latach pięćdziesiątych dwudziestego wieku. Posiada ona bardzo sprecyzowaną procedurę badawczą, tj. „klucz kategoryzacyjny”, dzięki czemu pozwala na efektywne badanie relacji między treścią przekazu a rzeczywistością, aby określić skalę deformacji świata dokonującej się w przekazach medialnych. Jest to praktyka badawcza stosowana przez teoretyków mediów i komunikacji oraz socjologów. (por. T. Goban-Klos, *Analiza zawartości przekazów masowych*, [w:] *Wybrane zagadnienia metodologiczno-teoretyczne badań socjologicznych*, red. J. Wasilewski, „Skrypty Uczelniane UJ”, nr 473, Kraków 1984, s. 306).

¹⁰⁹ G. Ptaszek, op. cit., s. 20-21.

¹¹⁰ J. M. Thompson, *Media i nowoczesność*, Wrocław 2001, s. 32

¹¹¹ B. Skowronek, op. cit., s. 77.

i zindywidualizowane uczestnictwo w percepcji przekazu¹¹². Sposób odbioru przekazów medialnych w dużej mierze zależy jest od kompetencji recepcyjnych człowieka.¹¹³

1.3.6 Genologia medialna

Genologia to samodzielna dyscyplina naukowa, którą cechuje duże rozwarstwienie na subdyscypliny, szeroki przedmiot badań, zmienne metody i cele oraz różnorodne koncepcje badawcze.¹¹⁴ Współcześnie w humanistyce trudno mówić o jednej spójnej genologii, gdyż badania nad gatunkiem odbywają się w ujęciu różnych nauk, np. filologii, dramaturgii, medioznawstwa, teatrologii *etc.*¹¹⁵ Ze względu na to, że niniejsza praca dotyczy użycia języka w komunikacji medialnej, w opisie ograniczę się wyłącznie do genologii medialnej i lingwistycznej.

Genologia lingwistyczna jest stosunkowo młodą dyscypliną wśród dyscyplin filologicznych. Sytuowana jest przez językoznawców w ramach tekstologii¹¹⁶, dzięki czemu dyscyplina ta dotyczy znaczących zagadnień z teorii tekstów, jak np. delimitacja, spójność i kategoria metatekstu, typy illokucji i relacji między nimi, perspektywa dyskursywna i inne. Wpływ na przestrzeń poznawczą genologii lingwistycznej ma również socjolingwistyka, której zawdzięcza się przypisanie pojęciu tekstu statusu wydarzenia komunikacyjnego, zdeteminowanego różnymi społecznymi czynnikami; pragmalingwistyka, która nadaje gatunkowi wymiar pragmatyczny; a także stylistyka, która wiąże się z obserwacjami stylu gatunkowego.¹¹⁷ Danuta Ostaszewska pisze, że do podstawowych składników kontekstu tworzących aspekt pragmatyczny gatunku należą: cel komunikacyjny (intencje uczestników komunikacji), wiedza i rola społeczna nadawcy i odbiorcy, relacje nadawczo-odbiorcze, czas i miejsce komunikacji, charakter komunikacji, typ przekazu oraz dziedzina życia społecznego.¹¹⁸ Pojęciem podstawowym dla genologii lingwistycznej jest *gatunek mowy i gatunek wypowiedzi*. Dyscyplina ta zakłada, że gatunek należy traktować jako kategorię potoczną, zawartą w świadomości użytkowników języka oraz w ich obrazie świata.

¹¹² Mowa tu o tzw. kulturze uczestnictwa, którą wyodrębnił Henry Jenkins. Więcej o tym zjawisku na kolejnych stronach doktoratu.

¹¹³ B. Skowronek, op. cit., s. 79.

¹¹⁴ M. Wojtak, *Wprowadzenie do genologii*, Lublin 2020, s. 107.

¹¹⁵ B. Skowronek, op. cit., s. 79.

¹¹⁶ Maria Wojtak stwierdza, że znaczący rozkwit genologii lingwistycznej nastąpił w latach 90. XX wieku. Swoje badania genologiczne w ramy lingwistyki tekstu sytuowali między innymi: B. Witosz, D. Ostaszewska, I. Loewe, J. Bartmiński, S. Niebrzegowska-Bartmińska, B. Grochala, A. Dudek-Szumigaj. (por. M. Wojtak, *Wprowadzenie do genologii*, op. cit., s. 86).

¹¹⁷ M. Wojtak, *Wprowadzenie do genologii*, op. cit., s. 86-87.

¹¹⁸ D. Ostaszewska, *Genologia lingwistyczna jako subdyscyplina współczesnego językoznawstwa*, [w:] *Polska genologia lingwistyczna*, red. R. Cudak, D. Ostaszewska, Warszawa 2008, s. 30.

Co więcej, gatunek należy pojmować w kategorii konwencjonalnej. Za charakterystyczną dla genologii lingwistycznej definicję gatunku można uznać propozycję D. Ostaszewskiej, która twierdzi, że gatunek to jednostka abstrakcyjna posiadająca wzorzec formalny, którego realizacją jest tekst.¹¹⁹ O gatunku w genologii lingwistycznej pisała także M. Wojtak, która uznała gatunek za kategorię kulturową, poznawczą, komunikacyjną, formotwórczą, stylistyczną, historyczną oraz porządkującą.¹²⁰

Kwestie genologiczne funkcjonujące w obrębie nauk o mediach można przyporządkować do dwóch dyscyplin – starszej *genologii dziennikarskiej i młodszej genologii medialnej*. Genologia dziennikarska to „gałąź nauki wywodząca się z teorii literatury i genologii literackiej”.¹²¹ Dyscyplina ta przejmuje z badań literaturoznawczych „podstawowe założenia typologiczne (podział na rodzaj i gatunki), eksponowanie formy komunikatu (styl, rola podmiotu, kompozycja), dostrzeganie historycznej zmienności gatunków oraz normatywność ujęcia”.¹²² Genologia dziennikarska uzupełnia założenia literaturoznawcze o kwestie problematyki komunikacji medialnej. Pośród nich należy wskazać: „typologię rodzajową komunikatów medialnych (gatunki informacyjne, publicystyczne i pograniczne), przyporządkowanie gatunków do grup rodzajowych (próba typizowania scalającego, czyli obejmującego wszystkie media), sposób ujmowania (definiowania) gatunku, eksponowanie synkretycznej natury współczesnych gatunków dziennikarskich, zwrócenie uwagi na rolę odbiorcy w przeobrażeniu reguł gatunkowych.”¹²³ o przynależności badań do genologii dziennikarskiej decyduje ich przedmiot. Dyscyplina ta stosuje zarówno własne procedury badawcze, jak i korzysta z innych dziedzin.¹²⁴

Genologia medialna, z kolei, powstała na skutek idei poszerzenia granic dyscypliny oraz postulatu badaczy, zgodnie z którym gatunki medialne stanowią twór przemysłu medialnego. Szerokie ujęcie genologii medialnej proponuje Janina Frasz definiuje tę naukę jako: „subdyscyplinę nauk o mediach zajmującą się przede wszystkim badaniem typów i gatunków wypowiedzi (inaczej: typów i gatunków przekazów, komunikatów, tekstów, publikacji; tekstów kultury) w mediach masowych oraz ich zbiorów (pól, systemów

¹¹⁹ D. Ostaszewska, op. cit., s. 19.

¹²⁰ M. Wojtak, *Genologia tekstów użytkowych*, [w:] *Polonistyka w przebudowie. Literaturoznawstwo – wiedza o języku – wiedza o kulturze – edukacja. Zjazd Polonistów. Kraków 22-25 września 2004*, t. 1, red. M. Czermińska i inni, Kraków 2005, s. 134-136.

¹²¹ K. Wolny-Zmorzyński, A. Kozieł, *Genologia dziennikarska*, „*Studia Medioznawcze*”, 2013 (3), s. 23.

¹²² M. Wojtak, *Wprowadzenie do genologii*, op. cit., s. 94.

¹²³ *Ibidem*, s. 94.

¹²⁴ *Ibidem*, s. 95.

gatunkowych)”¹²⁵ Badaczka wyraźnie podkreśla, że genologia medialna szczególnie powinna być powiązana z genologią literacką, filmową, PR, reklamową, naukową i polityczną.¹²⁶

Genologia medialna traktuje gatunek wypowiedzi medialnej jako „konstrukt czasowo-przestrzenny, pozostający w określonych relacjach do rzeczywistości, współtworzący określone relacje wzajemne, posiadający dominantę treściową, związek z domeną aktywności ludzkiej, przeznaczenie dla określonej zbiorowości.”¹²⁷ Gatunek zatem to „abstrakcyjny typ (wzorzec) wypowiedzi/komunikatu, stosowany w konkretnych wypowiedziach i aktach komunikacji”.¹²⁸ Innowacyjne względem podejścia genologii dziennikarskiej jest założenie zaproponowane przez J. Frasa, które polega na rozróżnieniu dwóch poziomów analizy gatunków mediów masowych: abstrakcyjno-pojęciowego oraz realizacji wraz z innymi wypowiedziami medialnymi. Ten postulat badawczy zakłada, że gatunek jest kategorią prostą, a jego heterogeniczność objawia się wyłącznie w konkretnych realizacjach komunikacyjnych.¹²⁹ M. Wojtak jednak zakłada możliwość traktowania złożonych schematów gatunków jako gatunki w formie kolekcji lub kolekcje gatunków.¹³⁰

Grażyna Stachyra pisze, że: „mimo powszechnych już dzisiaj konstatacji na temat rozmycia gatunkowego nowych mediów [lub „nowych nowych”, jak chce Paul Levinson¹³¹], mimo prób poszukiwania nomenklatury nadażającej za transformacją medialnych wytworów [megagatunek, hipergatunek, gatunek hybrydowy, subgatunek, minigatunek], mimo rezygnowania z identyfikacji gatunkowej na rzecz kwalifikacji typologicznej albo stosowania doraźnych i czasowych kategoryzacji, jak choćby folksonomie, zasadne wydaje się stwierdzenie, że systematyzowanie genologii radiowej wciąż posiada walor świeżości.”¹³² Kierując się powyższą opinią, postanowiono podjąć próbę badań nad radiowymi serwisami informacyjnymi jako gatunkiem medialnym.

Specyfika współczesnej komunikacji medialnej wymaga od nadawców medialnych przełamania konwencji i schematyczności gatunków medialnych. Dokonuje się to zwłaszcza w mediach komercyjnych, a dotychczasowe badania medialne pokazują, że zjawisko to zauważalne jest także w mediach publicznych. Badań nad tą kwestią wymaga przestrzeń mediów społecznych.

¹²⁵ J. Fras, *O typologii wypowiedzi medialnych i dziennikarskich*, Wrocław 2013, s. 59.

¹²⁶ Ibidem, s. 62.

¹²⁷ M. Wojtak, *Wprowadzenie do genologii*, op. cit., s. 107.

¹²⁸ J. Fras, op. cit., s. 63.

¹²⁹ Ibidem, s. 112.

¹³⁰ M. Wojtak, *Wprowadzenie do genologii*, op. cit., s. 97.

¹³¹ P. Levinson, *Nowe nowe media*, Kraków 2010, s. 15.

¹³² G. Stachyra, *Perspektywy badania współczesnej genologii radiowej*, „Acta Universitatis Lodziensis. Folia Litteraria Polonica”, 2017 (39), s. 49.

Procedura badawcza M. Wojtak, mieszcząca się w zakresie badań genologii medialnej, zakłada koncepcję gatunku posiadającego swój wzorzec gatunkowy, który jest „zbiorem reguł dookreślających najważniejsze poziomy organizacji gatunkowego schematu, relacje między poziomami i sposoby funkcjonowania owych poziomów.”¹³³ Wśród komponentów wzorca gatunkowego badaczka umieszcza:

1. **Aspekt strukturalny** – model kompozycyjny uwzględniający ramę tekstową, podział na segmenty i relacje między nimi.
2. **Aspekt pragmatyczny** – rozumiany jako uwikłanie komunikacyjne, wskazujący obraz nadawcy i odbiorcy oraz cel komunikacyjny.
3. **Aspekt poznawczy** – zawierający tematykę gatunku i sposób jej przedstawiania – perspektywa, hierarchia wartości i inne elementy obrazu świata.
4. **Aspekt stylistyczny** – uwzględniający wyznaczniki stylistyczne gatunku uwarunkowane strukturalnie i pragmatycznie.¹³⁴ Zadaniem analizy stylistycznej gatunku jest wskazanie najistotniejszych cech stylistycznych realizowanych w danym tekście oraz porównanie ich z elementami językowymi przewidzianymi dla wzorca gatunkowego. Wojtak nie wyklucza w analizach badawczych aspektu oceniającego, dlatego zaleca, by badacz w analizach opisowych zawarł uwagi na temat języka i stylu tekstów.¹³⁵ Stylistyczny model opisu gatunku to wskazanie „zbioru cech o statusie czynników ekstralingwistycznych, zdeterminowanych formalnie i komunikacyjnie”¹³⁶. Zdaniem M. Wojtak styl gatunku to: „cechy uwarunkowane strukturalnie, dookreślone pragmatycznie i związane z genezą użytych środków.”¹³⁷ do stylu gatunku mogą należeć cechy dyferencjalne, ale i te występujące w innych gatunkach.¹³⁸

Sprecyzowane aspekty wzorca lub ich składniki funkcjonują jako sygnały gatunkowe, czyli cechy pozwalające na wstępną identyfikację wzorca. Jak podaje M. Wojtak, zwrócenie uwagi na te parametry wydaje się istotne zwłaszcza w kontekście badań wypowiedzi, które ulegają różnorodnym modyfikacjom gatunkowym.¹³⁹ Modyfikacje te M. Wojtak nazywa *wzorcami alternacyjnymi* oraz *wzorcami adaptacyjnymi*, które powstają w oparciu o wymianę parametrów wzorca kanonicznego. Wzorce alternacyjne to takie, które powstają w wyniku modyfikacji niektórych elementów wzorca kanonicznego. Modyfikacja może dotyczyć:

¹³³ M. Wojtak, *Gatunki prasowe*, Lublin 2004, s. 16.

¹³⁴ M. Wojtak, *Gatunki prasowe*, op. cit., s. 16-17.

¹³⁵ M. Wojtak, *Wprowadzenie do genologii*, op. cit., s. 208.

¹³⁶ Ibidem, s. 121.

¹³⁷ Ibidem, s. 275.

¹³⁸ Ibidem, s. 275.

¹³⁹ M. Wojtak, *Gatunki prasowe*, op. cit., s. 19.

redukcji składnika, jego wymiany, poszerzenia struktury o nowe komponenty lub kontaminacji struktur (prowadzącej do powstania wzorca adaptacyjnego). Przeobrażenia zachodzą między innymi w potencjale illokucyjnym i polegają na zmianie liczby lub hierarchii intencji, a także sposobu ich wyrażania. Modyfikacjom w obrębie danego gatunku ulega również obraz świata, w którym zmienia się perspektywa czy sposób wartościowania albo zbiór cech stylistycznych. Wzorce adaptacyjne z kolei polegają na odwoływaniu się do innych schematów gatunkowych.¹⁴⁰

We współczesnym radiu silnie funkcjonującym również w przestrzeni internetowej współistnieją gatunki tradycyjne i nowe, z reguły o ramowo zakreślonej kompozycji, która zawiera komunikaty werbalne, audialne, a także wizualne będące wynikiem aktywności słuchaczy.¹⁴¹ Najbardziej tradycyjną strukturą funkcjonującą w komunikacji medialnej jest gatunek dziennikarski, który można rozumieć jako „zespół reguł określających budowę poszczególnych utworów lub materiałów dziennikarskich”.¹⁴² Słownikowa definicja nie podkreśla komunikacyjnego wymiaru funkcjonowania materiałów dziennikarskich, dlatego bardziej zasadne wydaje się stosowanie bliskiego pojęcia gatunku medialnego, które jest stosowane przez mediolingwistów.

Gatunek dziennikarski jest terminem starszym niż *gatunek medialny*. Do nazwy *gatunek dziennikarski* odnosili się: Jacek Maziarski¹⁴³, Walery Pisarek¹⁴⁴, Kazimierz Wolny-Zmorzyński¹⁴⁵, Andrzej Kaliszewski¹⁴⁶, Zbigniew Bauer¹⁴⁷. Warto przywołać pogląd J. Maziarskiego, który gatunki dziennikarskie traktuje jako: „zindywidualizowane, podstawowe struktury, pełniące określone, im tylko właściwe zadania w procesach komunikowania masowego.”,¹⁴⁸ ponieważ to ujęcie omawianego terminu wskazuje na realizowane przez gatunki dziennikarskie określonych funkcji w komunikacji medialnej.

M. Wojtak zwraca uwagę, że zagadnienie gatunków dziennikarskich można zastosować do podziału gatunków, biorąc po uwagę twórców tekstów dziennikarskich. Wówczas pojęcie *gatunki dziennikarskie* odnosiłoby się do tekstów utworzonych przez

¹⁴⁰ M. Wojtak, *Gatunki prasowe*, op. cit., s. 18.

¹⁴¹ M. Wojtak, *Wprowadzenie do genologii*, op. cit., s. 99.

¹⁴² *Słownik terminologii medialnej*, op. cit., s. 66.

¹⁴³ J. Maziarski, *Gatunki dziennikarskie*, [w:] *Encyklopedia wiedzy o prasie*, red. J. Maślanka, Wrocław 1976, s. 89-91.

¹⁴⁴ W. Pisarek, *Gatunek dziennikarski: informacja*, „Zeszyty Prasoznawcze”, 1995 (135-136), s. 156-159.

¹⁴⁵ K. Wolny-Zmorzyński, *Reportaż*, [w:] *Dziennikarstwo i świat mediów*, red. Z. Bauer, E. Chudziński, Kraków 2008, s. 321-332.

¹⁴⁶ K. Wolny-Zmorzyński, A. Kaliszewski, *Podstawowe pojęcia oraz problemy dotyczące rodzajów i gatunków dziennikarskich*, [w:] K. Wolny-Zmorzyński, A. Kaliszewski, W. Furman, *Gatunki dziennikarskie. Teoria, praktyka, język*, Warszawa 2006, s. 13-36.

¹⁴⁷ Z. Bauer, *Gatunki dziennikarskie*, [w:] *Dziennikarstwo i świat mediów*, Kraków 2000, s. 255-280.

¹⁴⁸ J. Maziarski, op. cit., s. 90.

profesjonalnych dziennikarzy, a pojęcie *gatunki niedziennikarskie* mieściłoby w sobie teksty napisane przez odbiorców nieposiadających warsztatu dziennikarskiego, np. listy do redakcji, ogłoszenia, reklamy, nekrologii itp.¹⁴⁹ Należy mieć też na uwadze, że obecnie coraz częściej w praktyce dziennikarskiej teksty, które w mediach umieszczane są jako uzyskane od odbiorców, w rzeczywistości są spreparowane bądź całkowicie napisane przez redakcję. Ze względu na perspektywę i metodologię niniejszych badań, poświęconych radiowym serwisom informacyjnym, świadomie pomijam kwestię gatunków niedziennikarskich.

O *gatunkach medialnych* pisali między innymi Tomasz Goban-Klas¹⁵⁰ oraz Małgorzata Lisowska-Magdziarz¹⁵¹. Warto zaznaczyć, że *gatunki dziennikarskie* i *gatunki medialne* to poniekąd terminy bliskoznaczne. Jednak Iwona Loewe wskazuje, że *gatunek dziennikarski* w głównej mierze odnosi się do nadawcy-autora, a *gatunek medialny* uwypukla przestrzeń, w której występują badane przez naukowców teksty, czyli media.¹⁵² Przychyłam się do opinii I. Loewe, co więcej, mając na uwadze potrzebę porządkowania nazewnictwa w pracach naukowych i dążenie do ujednoczenia terminologii badawczej, w mojej dysertacji teksty występujące w komunikacji medialnej traktuję jako gatunki medialne.

W genologii lingwistycznej gatunek medialny to twór abstrakcyjny, wzorzec organizacji tekstu, zbiór konwencji. Gatunki medialne składają się z: formy, tworzywa i treści, które pojawiają się w sposób powtarzalny przede wszystkim w prasie, w telewizji i w radiu. Tekst, z kolei, jest realizacją gatunkowego wzorca. Gatunek to forma, która się aktualizuje w konkretnym tekście medialnym.¹⁵³ Jak pisze M. Wojtak, zbiór konwencji gatunku „podpowiada członkom określonej wspólnoty komunikacyjnej, jaki kształt nadać konkretnym interakcjom”¹⁵⁴.

We współczesnych badaniach medioznawczych powszechnie konstatuje się, że rozmycie gatunkowe istnieje w wyniku gwałtownych zmian zachodzących w mediach.¹⁵⁵ G. Stachyra przyczyn tego zjawiska upatruje w wielu czynnikach. W odniesieniu do gatunków radiowych poza brakiem szerokiego zainteresowania tym tematem wśród medioznawców badaczka wskazuje na zjawisko „dematerializacji” radia polegające na tym, że obecnie przekazy audialne trafiają do odbiorców nie tylko poprzez radioodbiornik, ale

¹⁴⁹ M. Wojtak, *Gatunki prasowe*, op. cit., s. 7.

¹⁵⁰ T. Goban-Klas, *Media i komunikowanie masowe. Teorie i analizy prasy, radia, telewizji i internetu*, Warszawa 2005.

¹⁵¹ M. Lisowska-Magdziarz, *Media powszednie. Środki komunikowania masowego i szerokie paradygmaty medialne w życiu codziennym Polaków u progu XXI wieku*, Kraków 2008.

¹⁵² I. Loewe, *Gatunki paratekstowe w komunikacji medialnej*, Katowice 2007, s. 116.

¹⁵³ M. Ślawska, *Typologie gatunków medialnych – przegląd stanowisk*, „Forum Lingwistyczne”, 2017 (4), s. 17.

¹⁵⁴ M. Wojtak, *Gatunki prasowe*, op. cit., s. 16.

¹⁵⁵ G. Stachyra, *Perspektywy badania współczesnej genologii radiowej*, op. cit., s. 49.

także smartfon, laptop czy inne urządzenia technologiczne i dostępne na nich strony internetowe czy aplikacje gromadzące audycje radiowe.¹⁵⁶ w przypadku radiowych serwisów informacyjnych wydaje się jednak, że znaczną część odbiorców radiowych programów informacyjnych stanowią radiosłuchacze – osoby odbierające program za pomocą radioodbiorników. Wynikać to może po pierwsze z przypadkowości komunikacji radiowej, spowodowanej tym, że radio jest „medium towarzyszącym”¹⁵⁷; po drugie, radiowe serwisy informacyjne nie mają monopolu na informację – użytkownik mediów może uzyskać aktualne wiadomości z bardzo wielu źródeł i za pomocą różnych technologii.

Mówiąc o funkcjonowaniu gatunków w radiu, należy wspomnieć o innowacyjnych sposobach funkcjonowania tradycyjnych gatunków w przestrzeni medialnej. Na początku należy przywołać pojęcie *formatu*, które w tekstach medioznawczych rozumiane jest dwójako. Może odnosić się do sposobu organizowania treści przez konkretne radiostacje i oznaczać „formułę (model) stacji radiowej, ustalony jednoznaczny wzór audycji odzwierciedlający jej filozofię działania, ukierunkowany na oczekiwania określonego rynku, dostosowany do potrzeb określonej grupy lub grup słuchaczy wybór struktury, treści i sposobu prezentacji programu radiowego.”¹⁵⁸ Z drugiej strony odnosi się do powielanej konwencji gatunkowej. G. Ptaszek pojęcie to definiuje w następujący sposób: „rodzaj schematu, wzorca (określa się w nim reguły programu, scenografię, sposób realizacji itp.), lecz odnosi się do jednostkowego tekstu będącego zawsze realizacją określonego gatunku.”¹⁵⁹ Zestawiając pojęcie *gatunku medialnego* oraz *formatu*, stwierdza, że format medialny jest terminem bardziej charakterystycznym dla przemysłu medialnego, ponieważ jest on konkretnym pomysłem na program, produktem komercyjnym, w przeciwieństwie do gatunku medialnego, który ma wymiar abstrakcyjny i jest częścią dziedzictwa kulturowego.¹⁶⁰ Podejście do formatu jako tworu determinowanego przez rynek medialny reprezentują również inni medioznawcy, co jest dominującym ujęciem.¹⁶¹

Również M. Wojtak wyróżniła nowatorskie konwencje funkcjonowania tradycyjnych gatunków w mediach. W swoim instrumentarium badawczym wyodrębniła pojęcia *gatunków*

¹⁵⁶ Ibidem, s. 49.

¹⁵⁷ M. Kita, *Dyskurs radiowy*, [w:] *Język w radiu*, op. cit., s. 19.

¹⁵⁸ *Słownik terminologii medialnej*, op. cit., s. 59.

¹⁵⁹ G. Ptaszek, *W stronę bezgatunkowości mediów? O funkcji gatunków medialnych w procesie odbioru*, [w:] *Gatunki i formaty we współczesnych mediach*, red. W. Godzic, A. Kozieł, J. Szyłko-Kwas, Warszawa 2015, s. 41.

¹⁶⁰ Ibidem, s. 41.

¹⁶¹ Podaję za: A. Kalisz, E. Szkudlarek-Śmiechowicz, A. Walecka-Rynduch, *Gatunek medialny*, [w:] *Encyklopedia mediolingwistyki*, red. I. Loewe, Kraków 2023, s. 215.

w formie kolekcji i kolekcji gatunków. Opierają się one na koncepcji gatunków prostych i złożonych zaproponowanej przez Michaiła Bachtina.

Gatunek w formie kolekcji to odrębny byt genologiczny składający się z różnorodnych gatunków trwale współwystępujących. Posiada określoną strukturę składającą się z wyrazistej ramy tekstowej oraz określonych zasad kompozycyjnych¹⁶². Ponadto cechuje go zwięźcenie funkcjonalne oznaczające możliwość przypisania gatunkowi i jego tekstowym realizacjom określonego przeznaczenia komunikacyjnego. Aspekt stylistyczny gatunku w formie kolekcji w zasadzie nie odstępuje od standardowych gatunków. Co ważne, jest tworem wielostylowym. Wzorce gatunkowe, które tworzą gatunek w formie kolekcji, wyznaczają zbiory stylistyczne zdeterminowane przez owe wzorce. Poziom stylistyczny gatunku krystalizuje się w wyniku doboru środków stylistycznych reprezentujących pierwotne formy gatunkowe i jednocześnie tworzących nowe stylistyczne jakości powstałe w ramach synkretyzmu gatunkowego.¹⁶³

Kolekcja gatunków oznacza jedynie współwystępowanie gatunków związane z określoną funkcją. Taki zbiór gatunków tworzy formy otwarte – każdy ze składników zachowuje autonomię, ponieważ brakuje zwięźcenia strukturalnego. Istotne dla bycia kolekcją jest to, czy poszczególne elementy są izofunkcyjne i występują w ramach konkretnego scenariusza komunikacyjnego, czyli tzw. kontekstu życiowego gatunku.¹⁶⁴ Różnice pomiędzy omawianymi pojęciami autorka koncepcji zaprezentowała w formie tabeli:

Tab. nr 1: *Gatunek w formie kolekcji a kolekcja gatunków*

Gatunek w formie kolekcji	Kolekcja gatunku
struktura	
zwięźcenie strukturalne	brak zwięźcenia
rama delimitacyjna	brak ramy delimitacyjnej
dominanta kompozycyjna	układ otwarty
względna autonomia komponentów	pełna autonomia komponentów
aspekt pragmatyczny	
izofunkcyjność niesumaryczna	izofunkcyjność sumaryczna
aspekt stylistyczny	

¹⁶² Wojtak wyróżnia następujące powtarzalne prawidłowości kompozycyjne: kompozycja sylwiczna, układy blokowe, struktura oparta na kontaminacji. W konkretnych realizacjach gatunków granice układów kompozycyjnych mogą się zacierać. (por. M. Wojtak, *Wprowadzenie do genologii*, op. cit., s. 112).

¹⁶³ M. Wojtak, *Wprowadzenie do genologii*, op.cit., s. 126.

¹⁶⁴ Ibidem, s. 126-127.

Źródło: M. Wojtak, *Wprowadzenie do genologii*, Lublin 2019, s. 127.

M. Wojtak zaznacza, że gatunki w formie kolekcji i kolekcję gatunków różni przede wszystkim proces absorpcji w obrębie nowej całości. Gatunek w formie kolekcji składa się z gatunków trwale występujących i ma kompozycyjne oraz strukturalne zwieńczenie. Z kolei, kolekcja gatunku tworzona jest przez doraźnie komponowane zbiory wypowiedzi o zróżnicowanym statusie gatunkowym, mające charakter otwarty, spełniające warunek jedności miejsca i czasu publikacji oraz izofunkcyjności.¹⁶⁵

W badaniach mediolingwistycznych chętnie odwoływano się do koncepcji gatunków złożonych. Poniższa tabela zawiera przykłady przeanalizowanych gatunków medialnych, które przyporządkowano do omawianych kategorii.

Tab. nr 2: *Gatunek w formie kolekcji a kolekcja gatunków – przykłady w badaniach genologicznych*

Gatunek w formie kolekcji	Kolekcja gatunku
1. Kalendarz	1. List motywacyjny i CV
2. Modlitewnik	2. Wywiad i biogram
3. Litania	3. Sylwetka prasowa
4. Rachunek sumienia	4. Zbiory prasowych wypowiedzi anonsujących
5. Telewizyjna transmisja sportowa	5. Zbiory różnorodnych wypowiedzi prasowych
6. Magazyn telewizyjny	

Źródło: oprac. własne, na podst.: M. Wojtak, *Wprowadzenie do genologii*, Lublin 2019, s. 276.

Wojtak, mówiąc o funkcjonowaniu nietradycyjnych gatunków, oprócz *gatunku w formie kolekcji i kolekcji gatunków* w radiowej przestrzeni komunikacyjnej wskazuje także na *konglomeraty*. Konglomeraty gatunków (lub inaczej konglomeratowe gatunki radiowe) to pojęcie zaproponowane przez G. Stachyrę, ściśle powiązane z konwergencją mediów. Radio skonwergowane przestało funkcjonować wyłącznie w trybie audialnym, ale funkcjonuje jako *simulcast* (program radiowy jest jednocześnie nadawany w systemie analogowym i internetowym). Ponadto strony internetowe rozgłośni poszerzają ofertę komunikacyjną o tekst, zdjęcie czy wideo. G. Stachyra przestrzeń internetową określa jako

¹⁶⁵ M. Wojtak, *Wprowadzenie do genologii*, op. cit., s. 127.

„życie po życiu” dla radiowego przekazu. Internet pozwala odbiorcom wpływać na przekaz radiowy między innymi dzięki możliwości reagowania na przekaz (w mediach społecznościowych) lub jego komentowania (na portalach społecznościowych lub stronach internetowych rozgłośni). W ten sposób odbiorca staje się współkreatorem komunikatów medialnych.

Konglomerat gatunku to gatunek tradycyjny poszerzony o multimedialne gatunki sieci. Cechą dyferencyjną gatunków konglomeratowych jest aktywność odbiorcy.¹⁶⁶ Recepcja przekazu radiowego przez pasywnego odbiorcę ograniczać się będzie do „dźwiękowej” warstwy gatunku. Z kolei, aktywny odbiorca radia za bezpośrednią lub pośrednią namową nadawcy może otworzyć stronę rozgłośni, obejrzeć umieszczone w niej zdjęcia lub filmiki, przeczytać teksty, a także zareagować na nie (na przykład „polajkować”) lub je skomentować.

Tab. nr 3: *Rodzaje gatunków w radiowej przestrzeni komunikacyjnej*

Gatunki tradycyjne	Gatunki nowe (nietradycyjne)
wiadomości, serwisy drogowe, serwisy pogodowe, konkursy, quizy, seriale, felietony,	gatunki w formie kolekcji
reportaże, wywiady, korespondencje, słuchowiska	konglomeraty gatunków

Źródło: oprac. własne, na podst. M. Wojtak, *Wprowadzenie do genologii medialnej*, Lublin 2019, s. 99.

Dla współczesnego radia granica pomiędzy gatunkami tradycyjnymi i nietradycyjnymi jest bardzo płynna, ponieważ ze względu na dynamicznie zmieniający się kształt określony gatunek może funkcjonować w różnorodny sposób.

G. Stachyra proponuje wyznaczniki służące do opisanie cech gatunkowych audycji radiowych. Są nimi: konwencja, struktura, pragmatyka.

1. **Konwencja** to sposób kształtowania wypowiedzi (prozodia), kompozycja „wejścia antenowego”, a także charakter form komunikatów – informacyjny, publicystyczny, rozrywkowy.
2. **Struktura** polega na ustaleniu formuł początku i zakończenia funkcjonujących jako wypowiedzi spikera czy dżingle.

¹⁶⁶ G. Stachyra, *Perspektywy badania współczesnej genologii radiowej*, op. cit. s. 62-63.

3. **Pragmatyka** to wykładnia, zgodnie z którą audycję należy traktować jako działanie językowe zorientowane na adresata. Orientację tę wyznaczają formy interakcji pomiędzy uczestnikami oraz określone zakresy tematyczne. Stachyra formy te określa jako „kolekcję chwytów” zobowiązujących odbiorców do współtworzenia audycji. Forma gatunkotwórcza to „rodzaj radiowej wypowiedzi utrzymanej w ustalonej i, co najistotniejsze, niezmiennej konwencji konstrukcyjnej, przy równoczesnej otwartości stylistycznej, podlegającej założeniom formatu”¹⁶⁷. Wśród nowych chwytów badaczka wyróżnia: *talk-joke (call-joke)*¹⁶⁸, *call-in (phone-in)*¹⁶⁹, *game show*¹⁷⁰,¹⁷¹

Propozycja opisu cech gatunkowych G. Stachyry zbliżona jest do procedury badawczej M. Wojtak, jednakże nie skupia się w tak znacznym stopniu na badaniu aspektu stylistycznego gatunku, co z perspektywy badań lingwistycznych jest istotnym obszarem. Choć przeznaczona jest dla audycji radiowych, w kontekście moich badań radiowych usytuowanych w mediolingwistyce, zasadne jest zastosowanie teorii gatunku M. Wojtak, która łączy medioznawcze i lingwistyczne podejście do tego zagadnienia, dzięki czemu wpisuje się w szeroko rozumianą dyscyplinę mediolingwistyczną.

Mediolingwistyka, w której ramy w sposób szeroki zostaje ujęta niniejsza dysertacja, jest silnie powiązana z genologią medialną B. Skowronek wśród licznych obszarów mediolingwistyki wskazuje pole badawcze poświęcone „wzorcom genologicznym tekstów motywowanych medialnie oraz ich zmianom i redefinicjom powodowanym czynnikami kulturowo-medialnymi”¹⁷².

1.3.7 Kryterium doboru materiału badawczego

Radiowe serwisy informacyjne stanowią ważną część ramówki, występują one niemal w każdej rozgłośni radiowej, nadają radiowemu programowi rytm, ponieważ pojawiają się zasadniczo co godzinę, w niektórych rozgłosniach nawet częściej. Zgodnie z założeniami metodologicznymi moich badań dobór materiału badawczego został dokonany na podstawie

¹⁶⁷ G. Stachyra, *Gatunki audycji w radiu sformatowanym*, op. cit., s. 101.

¹⁶⁸ *Talk-joke (call-joke)* to połączenie rozmowy (ang. *talk*) i żartu, dowcipu (ang. *joke*). *Call-joke* zaś to żart wyzyskany z rozmowy telefonicznej. (por. P. Czarnek, *Rodzaje rozrywki w polskiej radiofonii komercyjnej*, Łódź 2014, s. 100).

¹⁶⁹ *Call-in to* „nazwa telefonów słuchaczy do rozgłośni z ich uwagami o zawartości programu”. (por. *Popularna encyklopedia mass mediów*, red. J. Skrzypczak, Poznań 1999).

¹⁷⁰ *Game show to* wszelkiego rodzaju antenowe gry, zabawy szczególnie te dające szansę na wygranie dużych kwot bądź też wartościowych nagród rzeczowych. (por. P. Czarnek, *Rodzaje rozrywki w polskiej radiofonii komercyjnej*, op. cit., s. 89).

¹⁷¹ G. Stachyra, *Gatunki audycji w radiu sformatowanym*, op. cit., s. 98-99.

¹⁷² B. Skowronek. op.cit., s. 123.

dwóch kryteriów. Pierwszym z nich jest typ nadawcy medialnego, drugim – najwyższa słuchalność. Na korpus tekstu składa się zatem transkrypcja następujących audycji radiowych: *Aktualności* Programu Pierwszego Polskiego Radia, *Serwisu* Programu Trzeciego Polskiego Radia, *Faktów* Radia RMF FM, *Wiadomości* Radia ZET, *Serwisu informacyjnego* Radia Maryja oraz *Wiadomości* Radia Niepokalanów. Kolejne akapity szczegółowiej wyjaśniają logikę doboru materiału, którą kierowałam się w przeprowadzanych badaniach.

Wybrane rozgłosnie reprezentują trzy grupy nadawców medialnych ze względu na sposób finansowania i przynależność rozgłosni do instytucji medialnej. Robert McLeish wyróżnia wiele rodzajów rozgłosni radiowych w zależności od ich sposobu finansowania, jednakże podziału tego nie da się w pełni dostosować do polskich realiów ze względu na specyfikę rynku medialnego. Każdy ze sposobów finansowania ma bezpośredni wpływ na ofertę programową danej stacji, co z kolei wpływa na jej konkurencyjność. R. McLeish wyróżnia następujące rodzaje rozgłosni:

- 1) „Rozgłosnie pełniące służbę publiczną, finansowane dzięki abonamentowi i działające jako przedsiębiorstwa państwowe.
- 2) Rozgłosnie komercyjne, finansowane w skali lokalnej lub krajowej z reklam lub dotacji sponsorów, mające charakter spółek publicznych z udziałowcami.
- 3) Rozgłosnie rządowe, finansowane z podatków i działające jako instytucje rządowe.
- 4) Rozgłosnie państwowe, finansowane głównie z reklam i działające pod kierownictwem rady nadzorczej wyznaczonej przez rząd.
- 5) Rozgłosnie pełniące służbę publiczną, które nie nadają reklam i utrzymują się z subskrypcji i indywidualnych datków i darowizn.
- 6) Rozgłosnie prywatne, finansowane z różnego rodzaju źródeł, na przykład reklam, subskrypcji i darowizn.
- 7) Rozgłosnie instytucjonalne, na przykład na uczelniach, w szpitalach, w przedsiębiorstwach, kierowane i finansowane przez daną instytucję (...).
- 8) Rozgłosnie działające na rzecz konkretnych celów religijnych lub charytatywnych – handlujące czasem antenowym i utrzymujące się dzięki hojności ich zwolenników.
- 9) Rozgłosnie lokalne (w konkretnych społecznościach), często utrzymujące się z lokalnych reklam i datków sponsorów.
- 10) Rozgłosnie o ograniczonej koncesji i ograniczonym zakresie i czasie funkcjonowania, tworzone doraźnie dla konkretnych celów [np. festiwale].”¹⁷³

¹⁷³ R. McLeish, *Produkcja radiowa*, Kraków 2005, s.12-14.

W polskiej przestrzeni medialnej można wyróżnić:

- nadawcę publicznego, działającego na mocy ustawy o radiofonii i telewizji, finansowanego ze środków państwowych;
- nadawcę komercyjnego, dla którego głównym celem działalności medialnej jest zysk finansowy otrzymywany przede wszystkim z reklam;
- nadawcę społecznego, utrzymującego się dzięki darczyńcom i sponsorom, działającego w głównej mierze dla celów religijnych.

Rozróżnienie nadawców na podstawie kryterium własnościowego jest istotne, gdyż jest to jedna z najważniejszych determinant mających wpływ na formy językowe, realizacje gatunkowe oraz modele komunikacyjne występujące w przekazach medialnych.¹⁷⁴

Kolejnym etapem działania służącego zawężeniu zakresu materiału badawczego było wskazanie spośród wyżej wymienionych trzech grup nadawczych rozgłośni o najwyższej słuchalności. Tak więc, najbardziej popularnymi rozgłościami radia publicznego są: Program Pierwszy oraz Program Trzeci, radia komercyjnego: Radio RMF FM i Radio ZET, radia społecznego: Radio Maryja i Radio Niepokalanów. Według pomiaru audytorium stacji radiowych przeprowadzonego przez Kantar Polska w okresie od kwietnia do czerwca 2020 roku, opracowanego przez Biuro KRRiT, najwięcej czasu słuchacze poświęcają rozgłośni RMF FM – jej udział w ogólnym czasie słuchania wynosi aż 30,1% i jest to jak dotąd rekordowy wynik. Na drugim miejscu znajduje się Radio ZET z wynikiem 12,9%, następnie Program Pierwszy Polskiego Radia – 4,9%. Pozycję czwartą zajmuje Program Trzeci Polskiego Radia z wynikiem 4,3%. Na podstawie tych danych można wywnioskować, że najwięcej czasu radiosłuchacze poświęcają stacjom ogólnopolskim o charakterze uniwersalnym.¹⁷⁵ Warto jednak dodać, że obecnie popularność Programu Trzeciego Polskiego Radia znacząco spadła ze względu na konflikt w 2020 roku o charakterze społeczno-politycznym, w którego wyniku wielu dziennikarzy odeszło z rozgłośni i założyło własne stacje radiowe. Wraz z ich rezygnacją z pracy zmalała liczba słuchaczy Programu Trzeciego Polskiego Radia. Sytuacja ta miała jednak miejsce po doborze źródeł materiału badawczego istotnych dla niniejszej dysertacji.

Tab. nr 4: *Udział w czasie słuchania stacji ogólnopolskich dla okresu: od IV 2019 do VI 2020*

¹⁷⁴ B. Skowronek, op. cit., s. 206.

¹⁷⁵ M. Trochimczuk, oprac., *Informacje o audytorium radiowym w Polsce w II kwartale 2020 roku na podstawie danych badania Radio Track realizowanego przez Kantar Polska S.A.*, Warszawa 2020, http://www.krrit.gov.pl/Data/Files/_public/Portals/0/kontrola/program/radio/kwartalne/rynek2020_2_kwartal.pdf; [20.10.2020].

	IV-VI 2019	VII-IX 2019	X-XII 2019	I-III 2020	IV-VI 2020
RMF FM	27,0%	28,3%	28,4%	29,2%	30,1%
Radio ZET	12,1%	12,3%	12,5%	12,9%	12,9%
PR1	6,1%	6,1%	5,3%	5,2%	4,9%
PR3	5,3%	4,6%	5,3%	5,3%	4,3%
VOX	4,0%	3,4%	3,4%	3,2%	3,0%
TOK FM	2,1%	1,9%	2,5%	2,2%	2,6%
AntyRadio	2,2%	2,1%	2,2%	2,2%	2,1%
RMF Classic	1,2%	1,1%	1,6%	1,4%	1,6%
Radio Maryja	1,5%	1,2%	1,4%	1,4%	1,5%
PR24	0,4%	0,6%	0,6%	0,6%	0,6%
PR2	0,4%	0,4%	0,4%	0,3%	0,4%
Muzo.fm	0,3%	0,4%	0,4%	0,4%	0,4%

Źródło: Radio Track, Kantar Polska SA.

Skalę skutków rozłamu redakcji Trójki pokazują wyniki słuchalności stacji ogólnopolskich dla okresu od czerwca 2022 do sierpnia 2023 roku.

Tab. nr 5: *Udział w czasie słuchania stacji ogólnopolskich dla okresu: od VI 2022 do VIII 2023*

	VI-VIII 2022	IX-XI 2022	XII 2022-II 2023	III-V 2023	VI-VIII 2023
RMF FM	31,7%	30,3%	30,2%	29,7%	29,6%
Radio ZET	12,7%	13,1%	13,6%	13,2%	14,4%
PR1	4,7%	5,0%	5,5%	4,8%	5,2%
VOX FM	3,2%	2,9%	2,9%	3,4%	3,2%
TOK FM	3,1%	3,5%	3,1%	3,0%	2,9%
AntyRadio	2,7%	2,8%	2,4%	2,5%	2,4%
PR3	1,6%	2,2%	2,2%	1,9%	2,1%
Radio Maryja	1,5%	1,7%	1,6%	1,7%	1,8%
RMF Classic	1,2%	1,5%	1,7%	1,5%	1,4%
PR24	0,9%	1,1%	1,2%	1,1%	1,0%
PR2	0,4%	0,4%	0,5%	0,4%	0,6%

Muzo.fm	0,4%	0,5%	0,4%	0,7%	0,4%
Radio Wnet	0,1%	0,1%	0,2%	0,2%	0,1%

Źródło: Radio Track, Kantar Polska SA.

Materiał badawczy został uzyskany poprzez nagrywanie serwisów informacyjnych wybranych stacji, a następnie transkrypcję nagrań, w której uwzględniono wyłącznie zapis ortograficzny. Nagrania serwisów pochodzą z okresu od stycznia do października 2020 roku. W tym czasie zgromadzono 400 serwisów informacyjnych stanowiących bazę do dalszych analiz. Materiał nagrywano od poniedziałku do niedzieli w różnych godzinach (zazwyczaj od 7:00 do 20:00). Czas nadawania serwisów budujących korpus badawczy był losowy. Dla uzyskania jak najbardziej wiarygodnego materiału zdecydowano się na uwzględnienie serwisów weekendowych. Sobota i niedziela to dni, w które odbywa się mniej istotnych wydarzeń, co skutkuje mniejszą liczbą polityczno-gospodarczych tematów dla newsów. Materiał obejmuje również okres wakacyjny, w którym także dzieje się mniej w świecie polityki i gospodarki.

Od stycznia do października 2020 roku w Polsce i na świecie miało miejsce wiele istotnych wydarzeń. 3 stycznia w Bagdadzie w ostrzale raketowym sił Stanów Zjednoczonych został zabity generał Kasem Sulejmani, dowódca sił Ghods. Atak odbył się w czasie narastającego politycznego napięcia między USA a Iranem oraz protestów społecznych w Iraku. Oprócz Sulejmaniego w ataku tym zginęło osiem osób. Wśród nich znajdował się Abu Mahdi al-Muhandis, dowódca irackiej milicji. 9 stycznia Światowa Organizacja Zdrowia ogłosiła, że w chińskim mieście Wuhan występuje zapalenie płuc związane z zakażeniem nieznanym dotychczas koronawirusem. Pod koniec stycznia mówi się o pierwszych zakażeniach SARS-CoV-2 w Europie. 4 marca pojawia się w Polsce tzw. pacjent zero, czyli osoba zidentyfikowana jako pierwszy nosiciel tej choroby zakaźnej. W związku z rosnącą ilością zakażeń w Polsce rząd wprowadza obostrzenia, których celem jest ograniczenie transmisji wirusa. 12 lipca 2020 r. odbyły się wybory Prezydenta Rzeczypospolitej Polski poprzedzone kampanią wyborczą, której częścią był spór polityków na temat stosowności przeprowadzania wyborów w dobie pandemii. Wybory w drugiej turze wygrał Andrzej Duda z Prawa i Sprawiedliwości, pokonując Rafała Trzaskowskiego, reprezentanta Koalicji Obywatelskiej, o 2,06%.¹⁷⁶

¹⁷⁶ Wybory Prezydenta Rzeczypospolitej Polskiej 2020 r., <https://prezydent20200628.pkw.gov.pl/prezydent20200628/>, [10.07.2023].

Wydarzenia te znajdują swoje odzwierciedlenie w materiale badawczym ze względu na ich wagę społeczną i częstotliwość występowania tej tematyki w radiowych serwisach informacyjnych. Należy jednak zaznaczyć, że dobór materiału badawczego nie był zdeterminowany tematyką serwisów.

Pierwszy etap gromadzenia materiału polegał na nagrywaniu serwisów wybranych radiostacji. Zadanie to nie należało do najłatwiejszych, ponieważ serwisy informacyjne emitowane są o stałych, zazwyczaj tych samych w różnych stacjach godzinach. Tradycyjne nagrywanie serwisów dyktafonem wymagałoby posiadania dużego zasobu technologicznego oraz zaangażowania wielu osób, które byłyby odpowiedzialne za nagrania serwisów konkretnej radiostacji. Z tego względu, że serwisy informacyjne występują w dobowej ramówce w dużej liczbie oraz szybko się dezaktualizują, stacje albo nie archiwizują serwisów, albo czas dostępności opublikowanych audycji nie jest długi, dlatego najlepszym i przynoszącym oszczędność czasu sposobem zbierania materiałów było ich bieżące nagrywanie. W celu ułatwienia tego zadania został utworzony specjalistyczny program deweloperski, który w jednym czasie rejestrował serwisy informacyjne wybranych rozgłośni. Działanie człowieka ograniczało się jedynie do włączenia i wyłączenia programu o określonych godzinach.

Drugi etap gromadzenia materiału był równie czasochłonny, ponieważ polegał na dokonaniu transkrypcji nagrań. Transkrypcja miała charakter pełny, tj. dokonano jej słowo w słowo, uwzględniając błędy, wtrącenia, odgłosy oraz pauzy, ponieważ język nie jest jedynym kodem komunikacji w radiu. Z tego powodu, że w rozprawie tej nie bierze się pod uwagę poprawności fonetycznej radiowców, nagrania były transkrybowane ortograficznie, nie zaś fonetycznie. Zapis był prowadzony zgodnie z zasadami współczesnej polskiej ortografii i interpunkcji. Każde słowo zostało zapisane w takiej formie morfologicznej, w jakiej było faktycznie wypowiedziane, zatem transkrypcja rejestruje błędy językowe i przejęzyczenia osób wypowiadających się, ale nie są one uwzględnione w analizie. Takie sytuacje oznaczane są w cytatach komentarzem zawartym w nawiasie kwadratowym. Transkrypcja uwzględnia serwis od dźwięka rozpoczynającego program do dźwięka oznajmującego jego koniec i zawiera wypowiedzi zarówno dziennikarzy, jak i pozostałych osób. W niniejszej pracy nie analizuje się pod kątem językowym wypowiedzi niedziennikarskich, ale traktuje się je jako ważną i nieodłączną część struktury serwisów informacyjnych. Transkrypcja zazwyczaj zawiera informację, kto jest autorem danego cytatu, nie jest to jednak zawsze możliwe. W przypadku wypowiedzi oddziennikarskich, gdy trudne jest ustalenie imienia i nazwiska dziennikarza, jego wypowiedź zostaje oznaczona określeniem: *prowadzący/prowadząca*. Dla wypowiedzi

osób anonimowych, np. przypadkowych rozmówców, zastosowano określenia: *dziecko*, *kobieta*, *mężczyzna*, możliwe do zastosowanie na podstawie identyfikacji głosu.

Dokładny opis nadawców medialnych tworzących badane przeze mnie serwisy informacyjne znajduje się w rozdziale nr 1.4.6. Oznaczenie lokalizacji prezentowanych w dalszej rozprawie przykładów pochodzących z materiału badawczego umieszczone jest w nawiasie kwadratowym na końcu cytatu i obejmuje: nazwę lub skrót nazwy radiostacji nadającej serwis informacyjny, datę oraz godzinę emisji, np. [PR1 1.01.2020 7:00]). Symbolem PR1 oznaczam Program Pierwszy Polskiego Radia, PR3 – Program Trzeci Polskiego Radia, RM – Radio Maryja, a RN – Radio Niepokalanów. Adresy stron internetowych podawane w serwisach zapisywane są z zachowaniem ich rzeczywistego sposobu zapisu, choć dziennikarze literują je bez znaków interpunkcyjnych. Na przykład strona internetowa Polskiego Radia jest odczytywana w następujący sposób: [polskie radio dwadzieścia cztery pe-el], a w transkrypcjach zapisywana jest tak: polskieradio24.pl. W nawiasach po imieniu i nazwisku wskazuję rolę wypowiadających się w danym układzie komunikacyjnym. *Prowadzący/prowadząca* oznacza osobę prezentującą informacje, gospodarza programu, *reporter/reporterka* lub *korespondent/korespondentka* to dziennikarze wypowiadający się dla analizowanych serwisów, a *rozmówca/rozmówczyni* to osoby, których wypowiedzi pojawiają się na antenie radia w programie informacyjnym, ale nie występują w roli dziennikarza. Jeśli nie było możliwe wskazanie imienia i nazwiska cytowanych osób, ograniczam się tylko do zasygnalizowania o ich roli odgrywanej w komunikacji.

1.3.8 Główne cele badania

Celem niniejszej rozprawy jest mediolingwistyczna analiza radiowych serwisów informacyjnych, której nadrzędnym zadaniem badawczym jest uzyskanie odpowiedzi na pytanie, w jaki sposób typ nadawcy instytucjonalnego determinuje radiowe serwisy informacyjne. Dzięki analizie wybranych aspektów serwisów postaram się wskazać podobieństwa i różnice w sposobie ich konstruowania, a także budowania relacji z odbiorcą.

Pierwsza część analizy koncentruje się na określeniu typu relacji nadawczo-odbiorczych występujących w komunikacji medialnej zachodzących za pośrednictwem radiowych serwisów informacyjnych. Wynika ona z założenia o złożoności komunikacji medialnej.

Druga część badań poświęcona jest ramie radiowych serwisów informacyjnych. W nawiązaniu do koncepcji gatunku Marii Wojtak zostanie określony kanoniczny

i alternacyjny kształt ramy inicjalnej i finalnej. Na tym etapie zostaną również zaprezentowane teksty zawarte w dźwiękach, będących istotną częścią radiowych serwisów informacyjnych.

W radiowych serwisach informacyjnych oprócz wypowiedzi dziennikarzy i ich rozmówców pojawiają się przytoczenia wypowiedzi istotnych dla danej tematyki newsa. Analiza przytoczeń zawarta w kolejnej części dysertacji ma wskazać ich rodzaje oraz opisać środki językowe tworzące „obudowę” przywoływania cudzej wypowiedzi.

Czwarta część analizy ma charakter ściśle genologiczny, a jej kształt wynika z założenia, że dziś granice między gatunkami medialnym zacierają się. Radiowe serwisy informacyjne zostaną zaprezentowane jako gatunki w formie kolekcji, dzięki czemu zostaną wskazane różnice w strukturze programów poszczególnych typów nadawców.

Mediolingwistyka to perspektywa badawcza, która uznaje szerokie instrumentarium, dzięki czemu możliwa jest penetracja różnorodnych problemów mieszczących się w sferze komunikacji medialnej.¹⁷⁷ Daje to dużą swobodę badaczowi, który może według własnego uznania dostosować narzędzia i metody badawcze do obranego materiału. W obszarze zainteresowań mediolingwistycznych mieści się bardzo wiele zagadnień lingwistyczno-kulturowych. B. Skowronek proponuje następujące zakresy tematyczne: teoretyczne i metodologiczne rozważania nad relacją język-kultura albo język-media; kulturowe aspekty kategorii gramatycznych medialnych form językowych; funkcja języka i pragmatyka tekstów komunikacji medialnych; „mediolekty”; onomastyka medialna, analiza medialnych obrazów świata, nowe zjawiska językowe w komunikacji medialnej a nowe zjawiska kulturowe, normatywność tekstów medialnych, problematyka przekładalności skryptów kulturowych i płaszczyzn języka w tekstach medialnych, wymieniona już genologia tekstów motywowanych medialnie, ich wzorce kanoniczne i wariantywne powodowane czynnikami kulturowo-medialnymi; dyskursywne odmiany medialne, problematyka protokołów kulturowych, czyli kompetencji medialno-językowej odbiorców medialnych, edukacja medialna. Zaznacza jednak, że jego propozycje powinny być uzupełniane o nowe pola badawcze pojawiające się wraz z rozwojem dziedziny.¹⁷⁸ M. Kita pisze, że: „ta koncepcja [mediolingwistyka] pozwala wyjść poza gramatyczny czy systemowy opis języka medium, a skoncentrować się na jego aspektach kognitywnych i pragmatycznych.”¹⁷⁹

¹⁷⁷ B. Skowronek, op. cit., s. 122.

¹⁷⁸ B. Skowronek, op. cit., s. 122-123.

¹⁷⁹ M. Kita, *Radio i oralność – z perspektywy językoznawczej*, op. cit., s. 44.

Radiowe serwisy informacyjne, choć bywają przedmiotem badań zarówno medioznawców, jak i lingwistów, wymagają bardziej szczegółowego i rozszerzonego opisu. Dotychczasowe badania nastawione na kwestię językową radiowych serwisów informacyjnych dotyczą przede wszystkim informacji w mediach komercyjnych (M. Steciąg) albo autopromocyjnego aspektu programów informacyjnych w rozgłośniach publicznych i prywatnych. Zauważalny jest brak trzeciego typu nadawcy medialnego istniejącego w Polsce, a mianowicie nadawcy społecznego.

Perspektywa mediolingwistyczna przede wszystkim łączy badania językowe z badaniami medioznawczymi, co jest niewątpliwym atutem. Dla moich badań głównym celem badawczym jest wskazanie różnic pomiędzy funkcjonowaniem radiowych serwisów informacyjnych w odmiennych stacjach radiowych wyróżnionych pod względem typu nadawcy instytucjonalnego. Z tego względu ważną procedurą będzie analiza genologiczna w ujęciu zaproponowanym przez M. Wojtak, które oprócz opisu strukturalnego uwzględnia również pragmatyczny, tematyczny i stylistyczny sposób funkcjonowania gatunków w komunikacji medialnej.

1.4 Radio jako środek przekazu

1.4.1 Specyfika radia jako medium

W dobie Internetu, który ze względu na swoją kumulatywną modalność zaczyna dominować nad innymi środkami masowego przekazu, niełatwo określić, które z mediów ma największą „moc rażenia”. Takie rozstrzygnięcie wydaje się jednak zbędne, ponieważ nie można postawić znaków równości pomiędzy instrumentarium oddziaływania różnych środków masowego przekazu. Każdy z nich przejawia swoje zalety i wady, a ich charakterystyka i zrozumienie ma służyć nie orzekaniu o przewadze jednych nad drugimi, ale jeszcze lepszemu wykorzystywaniu ich potencjału przez nadawcę oraz świadomemu korzystaniu przez odbiorcę.

Radio, medium tradycyjne, ciągle jest wszechobecne. Na początku swojego istnienia budziło zachwyt i fascynację możliwością przesyłania dźwięku na odległość, dziś jest zwyczajne, zepchnięte na dalszy plan¹⁸⁰. Mimo to ciągle ma swoich wiernych słuchaczy – choć jest medium „ślepy”, „bez twarzy”¹⁸¹, to jednak tworzy w wyobraźni odbiorcy obrazy ograniczone wyłącznie przez ludzki umysł. Nie do podważania jest również to, że radio jest medium masowym. Jest ono powszechne, a jego przekaz może trafić do każdego miejsca w obrębie zasięgu radiowych fal. Masowość radia jednocześnie współistnieje z jego indywidualnością i bezpośredniością – jest ono medium dużo bardziej osobistym niż telewizja, dlatego nadawca powinien traktować je nie jako środek docierający do mas, ale do wielokrotnionej jednostki. Ponadto radio nie jest medium wymagającym technicznie, a co za tym idzie jest elastyczne. W kontekście tych rozważań należy przywołać myśl Małgorzata Lisowskiej-Magdziarz, iż to radio niezmiennie, mimo pojawienia się Internetu czy całodobowych informacyjnych stacji telewizyjnych, jest medium natychmiastowym, pozwalającym zasadniczo w każdej chwili przekazać wiadomości typu *flash*.

W tym miejscu należy wspomnieć o podcastingu, który współcześnie może stanowić dla radia zagrożenie, ale również i szansę. Jak pisze G. Stachyra, „podcasting”¹⁸² oznacza zarówno produkowanie podcastów (plików audio, niekiedy też wideo), jak też technologię ich

¹⁸⁰ R. McLeish, *Produkcja radiowa*, Kraków 2005, s. 1.

¹⁸¹ Warto dodać, że współcześnie radio jest znacznie bardziej dostępne dla odbiorców – w sposób rzeczywisty poprzez możliwość złożenia wizyty w siedzibie radia, a także *via* internet, który daje szansę odbiorcom pozbawionym radiodbiorników odsłuchania audycji na żywo bądź po czasie, a nadawcom udostępniania zdjęć czy filmów ze studia radiowego.

¹⁸² G. Stachyra, *Podcasting jako technologia audio. Perspektywy rozwoju*, „Studia Medioznawcze”, 2017 (68), s. 29.

pobierania za pośrednictwem czytnika RSS umożliwiającego magazynowanie podcastów w komputerze, odtwarzaczu MP3 lub na telefonie komórkowym za pomocą darmowych programów.” Podcasting współcześnie funkcjonuje w dwóch kierunkach – amatorskim (*non profit*), tworzonym przez indywidualnych użytkowników oraz komercyjnym – produkowanym przez byłych lub obecnych dziennikarzy albo celebrytów, wykorzystujących nowe media jako uzupełnienie lub kontynuację ich działalności w mediach tradycyjnych.¹⁸³

Podcasty zyskują popularność z następujących powodów:

- wysoka estetyka – twórcy podcastów oferują konkurencyjną jakość swoich produkcji;
- czynnik ekonomiczny – wyprodukowanie podcastów jest tańsze niż realizacja programów radiowych czy telewizyjnych;
- autorska formuła – zapewnia ona twórcom znaczną autonomię, podcast pozbawiony jest cenzury czy instytucjonalnego producenta, stanowiącego nadzór;
- wygodna technologia podcastu umożliwiająca odbiorcy wysłuchanie wybranych treści w dowolnym czasie i miejscu, nie rezygnując z aktualnie wykonywanej czynności¹⁸⁴.

G. Stachyra zauważa, że skoro radio jest medium intymnym, to podcast zapewnia odbiorcom hiperintymność. Widoczna jest ona w sposobie odbioru podcastów – głównie na słuchawkach, bez reklam, dżingli i muzyki, a także w aktywnym i świadomym wyborze treści. Podcast nie jest zatem czymś przypadkowym, ale celowo dobraną audycją, która w danym momencie jest w centrum zainteresowania odbiorcy.¹⁸⁵

Nadawcy radiowi, mierząc się z nową konkurencją, jaką stanowią dla nich twórcy podcastów, otwierają się na nowe technologie medialne i sami publikują swoje audycje emitowane na antenie radia na stronach internetowych, dając w ten sposób odbiorcom luksus odsłuchania programów w najbardziej im odpowiadającym czasie. Również wiadomości radiowe, choć to audycje, które szybko się dezaktualizują, są publikowane w internecie do ich późniejszego odsłuchania. Aktualnie prawie wszystkie radiostacje, których programy badam, archiwizują swoje programy na stronach internetowych – Program Pierwszy¹⁸⁶ i Trzeci Polskiego Radia¹⁸⁷, RMF FM¹⁸⁸, ZET¹⁸⁹, Radio Maryja¹⁹⁰ publikują zarówno wiadomości

¹⁸³ Ibidem, s. 29.

¹⁸⁴ Ibidem, s. 32-34.

¹⁸⁵ G. Stachyra, *Podcasting w perspektywie rozwoju specyfiki radiowej*, op. cit., s. 77.

¹⁸⁶ *Aktualności radiowej Jedyńki*, <https://jedyńka.polskieradio.pl/audycje/5069>, [13.01.2024].

¹⁸⁷ *Serwis Trójki*, <https://trojka.polskieradio.pl/audycja/8742>, [13.01.2024].

¹⁸⁸ *Podcasty. „Fakty”*, <https://www.rmfon.pl/podcasty/fakty>, [13.01.2024].

¹⁸⁹ *Podcasty. „Wiadomości”*,

https://player.radiozet.pl/Podcasty?_gl=1*8evtn*_ga*MTI1NjY4NDI0OS4xNzA1MTU4NjE5*_ga_MPM3D93P3J*MTcwNTE1ODYyMC4xLjAuMTcwNTE1ODYyMC42MC4wLjA., [13.01.2024].

¹⁹⁰ *Serwis informacyjny*, <https://www.radiomaryja.pl/multimedia/audio/serwis-informacyjny/>, [13.01.2024].

radiowe, jak i inne programy. Odstępstwo stanowi Radio Niepokalanów, które publikuje tylko niektóre swoje audycje (głównie o tematyce religijnej lub istotnej).

1.4.2 Radiowa odmiana języka medialnego

Badając język służący komunikacji międzyludzkiej za pośrednictwem dowolnego medium, można spotkać się z problemem nazwania przedmiotu badań – czy jest nim „język w mediach”, czy może „język mediów”? B. Skowronek za niefortunne i kłopotliwe uznaje oba określenia. Według niego połączenie wyrazowe „język mediów” jest odpowiednie wyłącznie do metaforycznego określenia cech poetyki danego medium. Z kolei, metaforyczny związek wyrazowy „język w mediach” zawęża rozumienie relacji media-język. Termin ten sugeruje, jakoby media były pojemnikiem, nośnikiem dla wyizolowanych językowych konstrukcji. Takie postrzeganie związku między językiem a mediami nie pozwala spojrzeć na przekaz medialny jako współzależny i współistniejący.¹⁹¹ Niedoskonałość obu pojęć powoduje, że najwłaściwiej mówić o medialnych odmianach języka, których koncepcję zaproponowała Urszula Żydek-Bednarczuk¹⁹².

Na potrzeby niniejszej dysertacji scharakteryzowana zostanie wyłącznie radiowa odmiana medialna, jej dotyczą bowiem zawarte w dysertacji analizy. Pasma semiotyczne w mediach mają niemały wpływ na rodzaj sposobów oddziaływania w przekazach. W radiu – medium audialnym – tworzywami znaczeń są trzy pasma semiotyczne: werbalne, muzyczne i towarzyszących dźwięków.¹⁹³ Można stwierdzić, że pasmo werbalne, czyli język mówiony, ma największą moc oddziaływania na odbiorcę. Nie należy jednak pomijać znaczenia pasma muzycznego, na które składają się: podkłady muzyczne, ilustracje muzyczne oraz dżingle, które w programach radiowych pełnią określone funkcje, na przykład delimitacyjne, oraz pasma dźwięków towarzyszących – efektów akustycznych, tła dźwiękowego itp., które choć istniejąc samodzielnie, nie mają dużej siły oddziaływania, to jednak w zestawieniu z elementami mowy stanowią efektywny mechanizm kreowania rzeczywistości.

Jak już wcześniej zaznaczono, pasmo werbalne zdaje się być najbardziej podstawowym budulcem przekazu medialnego, a pozostałe są dodatkową wartością, która może uatrakcyjnić lub wzmocnić komunikaty medialne. Ograniczenie radia do sfery fonicznej sprawia, że radiowy tekst komunikacyjny obfituje w różnego rodzaju środki wyrazu. Skowronek wnosi, że radiowy przekaz składa się z: samego aktu mowy, a także z warstwy

¹⁹¹ B. Skowronek, op. cit., s. 96-97.

¹⁹² U. Żydek-Bednarczuk, *Zmiany w zachowaniach komunikacyjnych a nowe odmiany językowe (odmiana medialna)*, [w:] *Język w mediach*, op. cit., s. 99.

¹⁹³ B. Skowronek, op. cit., s. 208.

fatycznej oraz warstwy autokreacyjnej.¹⁹⁴ Zauważa, że „dzisiejszy przekaz radiowy – bogaty, zróżnicowany i polisemiczny – stanowi praktycznie nieograniczony konglomerat najróżniejszych realizacji językowych.”¹⁹⁵ Słowa to podstawowy budulec poszczególnych audycji radiowych, jednak ważne są również elementy parajęzykowe takie jak: chrząknięcia, pauzy, tempo mówienia, wysokość głosu, intonacja, natężenie mowy, artykulacja, rytm, pomruki, westchnienia, śmiech czy wtrącenia dźwiękowa typu: *yyy...* lub *eee...*

1.4.3 Serwis radiowy – tekst pisany czy mówiony?

Mediolingwistyka jako podejście metodologiczne nie pozostawia wątpliwości, że serwis radiowy należy badać jako tekst. Wynika to z faktu, że taką perspektywę proponuje lingwistyka tekstu, z której dziedzictwa korzysta mediolingwistyka. Rodzi się jednak pytanie: czy w przypadku omawianego gatunku, czyli radiowego serwisu informacyjnego, ma się do czynienia z tekstem pisany czy mówionym?

Refleksję nad charakterem tekstu radiowych programów informacyjnych warto uzupełnić o antropologiczną „myśl Ongowską”, według której jedną z cech ludzkiej kultury, tak pierwotnej, jak i współczesnej, jest oralność¹⁹⁶. W. Ong, wyróżnia jej dwa typy: pierwotną i wtórną. Oralność pierwotna dotyczy ludzi, dla których pismo jest czymś obcym. Natomiast oralność wtórna jest właściwa dla współczesnej kultury cyfrowej, w której funkcjonowanie środków elektronicznych wsparte jest pismem i drukiem.¹⁹⁷ M. Kita porównuje koncepcję oralności współczesnej kultury z perspektywą badawczą polskich językoznawców zajmujących się językiem mówionym i stwierdza, że teoria oralności pierwotnej i wtórnej w szeroko rozumianej komunikacji międzyludzkiej może być przydatnym narzędziem dla opisu języka w radiu, pod warunkiem, że przekaz radiowy będzie traktowany jako zróżnicowany i wieloznaczny zbiór wielu realizacji językowych.¹⁹⁸ Już wcześniej do myśli Ongowskiej nawiązywał B. Skowronek. Według badacza podstawowym tworzywem programów radiowych jest wypowiedziane słowo, które może istnieć w wersji pierwotnie mówionej i wtórnie mówionej, czyli w oparciu o spisany wcześniej materiał. Píše on, że:

Ograniczenie radia do sfery fonicznej, realizacja Ongowskiej „wtórnej oralności”, powoduje swoiste „zagęszczenie” środków wyrazu, by wyłącznie za pomocą

¹⁹⁴ B. Skowronek, op. cit., s. 209.

¹⁹⁵ Ibidem, s. 209.

¹⁹⁶ Por. Walter Jackson Ong, *Oralność i piśmienność. Słowo poddane technologii*, tłum. Józef Japola, Warszawa 1992.

¹⁹⁷ Podaję za: M. Kita, *Radio i oralność – z perspektywy językoznawczej*, op. cit., s. 40-41.

¹⁹⁸ Ibidem, s. 44.

odpowiednio wypowiedzianych słów, muzyki i dźwięków, sytuowanych w rozmaitych kontekstach, oddać złożoną istotę przekazu.¹⁹⁹

Ponadto B. Skowronek wyraźnie podkreśla, że niezależnie od formy audycji radiowej, czy jest monologiem, dialogiem, czy polilogiem, zawsze należy traktować ją jako tekst.²⁰⁰ o konieczności badania audycji radiowych jako tekstu pisały także B. Boniecka i J. Panasiuk²⁰¹. Swoje rozważania uzupełniły o pytanie: czy audycja radiowa to tekst mówiony? Kwestię tę badaczki rozstrzygnęły w następujący sposób:

Fakt, że komunikaty radiowe są przekazywane wyłącznie akustyczno-audytywnym kanałem informacyjnym, pozwala stwierdzić, że jest to język mówiony. Nie jest on jednak zawsze takim samym językiem, jak ten występujący w naturalnej sytuacji komunikacyjnej. Komunikat radiowy jest w znacznej swej części lub w całości wcześniej opracowywany i utrwalany. Rzadkim wypadkiem jest audycja prowadzona całkowicie „na żywo”, ale starania autorów i prezenterów idą w kierunku nadawania tekstom radiowym znamion spontanicznego języka mówionego, potocznego oraz zachowań nieprzymuszonych, podobnych do tych znanych z codzienności.²⁰²

Rozważania nad tym, czy wiadomości radiowe można określić mianem oralności pierwotnej, podjęła M. Steciąg. Jej zdaniem oralność radiowców nie jest tożsama z oralnością pierwotną, o której mówi Ong, ponieważ współczesny człowiek nie umie mówić tak, jakby pismo było mu nieznaną. Badaczka jest jednak przekonana, że wiadomości radiowe pod wieloma względami są zbliżone do oralności pierwotnej w wyniku specyfiki tego środka masowego przekazu. Radio bowiem jest werbomotoryczne, a jedyny czynnik łączący odbiorcę z nadawcą to dźwięk słowa.²⁰³

Kwestię ustności tekstów radiowych badał również J. Banach. Traktuje on tekst mówiony jako: „tekst, który został przekazany za pomocą fal akustycznych przy wykorzystaniu fonicznego kodu naturalnego, w jakim został skonstruowany”.²⁰⁴ Wyróżnia trzy rodzaje tekstów mówionych: teksty czytane, teksty wypowiedziane, teksty mówione *sensu stricto*. Tym, co odróżnia wymienione grupy, jest relacja istniejąca między czasem kreacji tekstu a jego przekazem. Teksty czytane, choć bardziej precyzyjne byłoby określenie „teksty

¹⁹⁹ B. Skowronek, op. cit., s. 208.

²⁰⁰ Ibidem, s. 209.

²⁰¹ B. Boniecka, J. Panasiuk, op. cit.

²⁰² B. Boniecka, op. cit., s. 76.

²⁰³ M. Steciąg, *Oralność pierwotna w wiadomościach radiowych*, [w:] *Współczesne odmiany języka narodowego*, red. K. Michalewski, Łódź 2004, s. 238-246.

²⁰⁴ J. Banach, op.cit., s. 127.

odczytywane”, składają się z dwóch faz sytuacji ich komunikowania: procesu tworzenia tekstów, czyli napisania, a następnie zamiany graficznego przekąźnika na foniczny, czyli odczytania go. W modelu tym należy wykluczyć częściowo zmiany struktury tekstu, można stwierdzić, że w większości przypadków tekst pierwszy T1 (spisany) jest tożsamy z tekstem drugim T2 (odczytanym). Może jednak się zdarzyć, że nadawca z różnych względów pominię pewien jego ustęp lub zmieni pierwotną delimitację. W przypadku tego modelu zakłada się jednokierunkowość komunikacji, gdyż odbiorca tekstu nie wchodzi w interakcję z nadawcą. Model komunikacyjny tekstu wypowiedzianego jest, z kolei, nieco bardziej rozbudowany – tak, jak w poprzednim przypadku, na początku pojawia się faza konstruowania tekstu, następnie ma miejsce okres retorycznego kształtowania tekstu i jego pamięciowego opanowania przez nadawcę. Ostatni etap to wyartykułowanie tekstu, czyli jego wygłoszenie. W etapie tym może wystąpić dwutorowość komunikacji polegająca na wejściu odbiorcy w rolę nadawcy przekazów tekstowych (np. pytanie, wtrącenie itp.) lub pozatekstowych (np. mimika, oklaski itp.). Ponadto pojawią się znaczące różnice w strukturze tekstu pomiędzy tym spreparowanym a ostatecznie wypowiedzianym. Teksty odczytywane i wypowiedziane zasadniczo cechuje monologowość, a role uczestników aktu komunikacyjnego są arbitralnie wyznaczone przez jednego nadawcę. W przypadku tekstów mówionych ich struktura przybiera formę dialogów – role nadawcy i odbiorcy pomiędzy uczestnikami mieszają się, a pomiędzy tekstem jednego uczestnika a drugiego muszą istnieć związki, które występują najczęściej na poziomie semantycznym.²⁰⁵

Powyższe trzy modele komunikowania tekstów mówionych odnoszą się do uogólnionego aktu komunikacyjnego pomiędzy dowolnym nadawcą i odbiorcą. W przypadku tekstów radiowych modele komunikacji specyfikują się, ponieważ brak w nich relacji zwrotnej – odbiorca nie może wpłynąć na zmianę struktury tekstu, co za tym idzie komunikacja ta jest jednokierunkowa, a jej odbiorca nieokreślony. Co więcej, rozpatrywana kwestia dotyczy się pośrednio komunikowanych przekazów radiowych, czyli asynchronicznych, w których pomiędzy nadawcą a odbiorcą istnieją redaktorzy opracowujący audycję. W przypadku bezpośrednich realizacji programu radiowego (np. transmisje sportowe czy inne relacje na żywo), czyli dokonujących się w czasie rzeczywistym, można przyjąć *a priori*, iż są one tekstem mówionym w dosłownym tego pojęcia znaczeniu.

Ponadto J. Banach zwraca uwagę na jednostronność relacji pomiędzy nadawcą i odbiorcą w komunikacji radiowej, która jest również charakterystyczna dla tekstów

²⁰⁵ Na podstawie J. Banach, op. cit., s. 135-140.

czytanych. W obu przypadkach brakuje zwrotności cechującej mowę. Według badacza analizowane przez niego teksty dźwiękowe reportaży radiowych są tekstami wypowiedzianymi. Mogą jednak pojawiać się teksty mówione, zwłaszcza w fazach inicjalnych audycji. J. Banach konkluduje, że nie można utożsamiać tekstów reportaży radiowych z tekstami mówionymi *sensu stricto*. Argumentem przemawiającym za tą tezą jest fakt, że po pierwsze, zanim rozmowa radiowa (wywiad) zostanie przeprowadzona, jej przebieg jest planowany w scenariuszu audycji, po drugie, po przeprowadzeniu rozmowy jej zapis dźwiękowy ulega edycji i opracowaniu poprzez usunięcie pozatekstowych sygnałów dźwiękowych czy słów lub większych fragmentów niewnoszących niczego do wypowiedzi. Zwraca on też uwagę na to, że bardzo często dokonuje się w obrębie zebranego materiału tekstowego jego jakościowej stylizacji na tekst mówiony – choć taki jest prymarnie. Owa stylizacja służy zadbania o pełną komunikatywność przekazu przy jednoczesnym zachowaniu wrażenia spontaniczności rozmowy na żywo.²⁰⁶

J. Banach podkreśla złożoność problemu, jakim jest ustalenie tożsamości rodzajowej tekstów mówionych i radiowych, co wymaga osobnych i wnikliwych badań. Można przypuszczać, że problem ten należy rozpatrywać jednostkowo w zależności od rodzaju audycji radiowych i form komunikacji pojawiających się w jej ramach. W świetle tych rozważań radiowe serwisy informacyjne nie są jednorodnym gatunkiem, a zlepkiem elementów pierwotnie i wtórnie oralnych, których proces tworzenia jest bardzo złożony, a źródła tekstów wchodzących w jego obręb bardzo liczne.²⁰⁷

Niezależnie od tego audycje serwisów informacyjnych należy rozpatrywać jako teksty mówione (w szerszym tego określenia znaczeniu), ponieważ ich przekaz odbywa się za pomocą fal akustycznych przy wykorzystaniu fonicznego systemu języka, a co za tym idzie odbiorca percypuje je za pomocą zmysłu słuchu. Kwestią, która wymaga rozważań, jest ustalenie, jakim typem tekstu mówionego są radiowe serwisy informacyjne? Odrzucam postrzeganie informacyjnych audycji radiowych jako tekstów mówionych *sensu stricto*. Tezę tę potwierdza sposób, w jaki powstaje radiowy program informacyjny. Po pierwsze, dziennik radiowy od początku do końca jest planowany, przygotowywany i opracowywany przez redakcję informacyjną. Zadaniem spikera radiowego, którego głos słyszymy w radioodbiornikach, jest wyłącznie odczytanie opracowanych depeš i reprezentowanie zespołu redakcyjnego oraz całej stacji. Nie ma on zasadniczo mocy kreacyjnej ani transformacyjnej tekstu, poza wyjątkowymi sytuacjami, gdy podczas odczytywania tekstu

²⁰⁶ J. Banach, op. cit., s. 135-140.

²⁰⁷ Wątek ten zostanie podjęty w dalszej części pracy.

w jego obręb mogą wkraść się lapsusy językowe charakterystyczne dla mówienia, nie mają jednak one dużego wpływu na zmianę treści tekstu. Co więcej, w strukturze serwisu informacyjnego wchodzi wiele innych gatunków, które, występując w przemyślanej całości, tworzą jeden serwis. Mogą to być: zapowiedź, wywiad spontaniczny, odczytywana depesza, *etc.* Inaczej rozpatrzeć należałoby wypowiedź reportera z miejsca zdarzenia, który choć wypowiada ją na żywo, to jednak opracowuje ją wcześniej. Jeszcze inaczej spojrzeć trzeba na przypadkowego rozmówcę z ulicy, którego odpowiedź na przemyślane pytanie dziennikarza uznamy za naturalną i spontaniczną. Należy jednak pamiętać, że twórcy serwisów wybierają sobie adekwatny wycinek takiego wywiadu.

1.4.4 Ustalenia terminologiczne

Dynamika zmian w przestrzeni medialnej, różnorodność badań mediolingwistycznych oraz przenikanie się naukowego rozumienia świata z potocznym sprawiają, że w tekstach specjalistycznych dochodzi do chaosu terminologicznego. Dlatego też na potrzeby niniejszej dysertacji konieczne jest podjęcie próby uporządkowania najważniejszych pojęć związanych z przedmiotem badań. Należą do nich określenia bliskoznaczne (przede wszystkim hiperonimy lub hiponimy) dla użytego w temacie terminu *serwis informacyjny* oraz potocznie używane jako synonimy nazwy dziennikarzy, których praca polega głównie na pełnieniu funkcji gospodarza programu lub stacji.

1.4.4.1 Audycja

Audycja (z łac. *auditio* ‘słuchanie’) to „część programu radiowego lub telewizyjnego, której cechą charakterystyczną jest, że stanowi odrębną całość, zarówno ze względu na treść, formę, jak i przeznaczenie lub autorstwo”.²⁰⁸ Ze względu na użyte środki wyróżnia się audycję słowną, muzyczną i słowno-muzyczną. Według problematyki audycje dzieli się na: informacyjne, publicystyczne, oświatowe, rozrywkowe, sportowe, muzyczne, literackie oraz teatr radiowy.

Popularna encyklopedia mass mediów wyróżnia jedynie audycję radiową, którą definiuje również jako część programu radiowego, stanowiącą zamkniętą całość pod względem formy, treści i przeznaczenia. Co więcej, wskazuje ona, że współcześnie pojęcie *audycja* jest zastępowane przez termin *program*, ponieważ audycja wzbudza pejoratywne skojarzenia z dawnym radiem okresu Polskiej Rzeczypospolitej Ludowej, w którym panował

²⁰⁸ *Słownik terminologii medialnej*, op. cit., s. 12-13.

monopol państwowy na media.²⁰⁹ Pomimo to w swojej pracy będę stosowała pojęcie *audycji* jako hiperonim radiowych serwisów informacyjnych, kierując się względami stylistycznymi. Po drugie, na podstawie moich obserwacji wnioskuję, że wraz z upływem czasu znaczenie tego pojęcia ulega neutralizacji.

1.4.4.2 Program

W *Słowniku terminologii medialnej* pod red. Walerego Pisarka termin *program* odnosi się zarówno do radia, jak i telewizji i posiada wiele znaczeń. W pierwszej definicji postrzegany jest jako synonim pojęcia *audycja*. W drugiej – jako blok programowy, czyli „szerszy element ramówki programowej stacji radiowej lub telewizyjnej, zawierający programy o tym samym celu, np. informacja, publicystyka, edukacja, porady, reklama (blok reklamowy) lub przeznaczone dla konkretnych odbiorców: np. dla dzieci, mniejszości etnicznych czy niepełnosprawnych.”²¹⁰ Program może odnosić się także do pasma. Co więcej, program można rozumieć również jako ofertę programową stacji lub organizacji radiowej czy telewizyjnej. W stacjach radiowych oferta programowa jest sformatowana i ma odpowiadać potrzebom wąskiego grona odbiorców wyodrębnionych ze względu na: wiek, upodobania estetyczne, zainteresowania tematyczne i muzyczne.²¹¹

1.4.4.3 Magazyn

Magazyn według *Słownika terminologii medialnej* to „czasopismo treści ogólnej”²¹², a także czasopismo repertuarowe prezentujące rozkład godzinowy programu telewizji wraz z krótkim opisem treści wybranych audycji. Źródło to, jak i *Encyklopedia mass mediów* nie definiują *magazynu* jako specyficznego programu. Takie znaczenie odnotowuje *Wielki słownik języka polskiego* pod red. P. Żmigrodzkiego, w którym *magazyn* został zdefiniowany między innymi jako: „cykliczny program radiowy lub telewizyjny poświęcony jakiejś tematyce”.

Zdaniem Małgorzaty Żurakowskiej magazyny to najczęściej używana forma audycji radiowych – dziennikarz, gdy ma trudność z zaklasyfikowaniem programu, określa go mianem *magazyn*.²¹³ Magazyn radiowy kontynuuje tradycję znanej w latach sześćdziesiątych XX wieku formy zwanej *montażem literackim*. Obejmuje on audycje składające się z nagrań

²⁰⁹ *Popularna encyklopedia mass mediów*, op. cit., s. 42.

²¹⁰ *Słownik terminologii medialnej*, op. cit., s. 164.

²¹¹ *Ibidem*, s. 164.

²¹² *Ibidem*, s. 115.

²¹³ M. Żurakowska, *Literatura w radiu – gatunki, szanse, zagrożenia. Na przykładzie rozgłośni regionalnych*, „Folia Bibliologica”, 2017 (59), s. 46.

i sekwencji, które zawierają pisane reportaże literackie, krótkie szkice literackie oraz są ilustrowane efektami dźwiękowymi podkreślającymi główne treści.²¹⁴

1.4.4.4 Serwis informacyjny

W *Popularnej encyklopedii mass mediów* serwis informacyjny to: „zestaw informacji zebranych ze źródeł agencyjnych, od własnych korespondentów i reporterów. Definicja ta odnosi się zarówno do radia, prasy, jak i telewizji. Z kolei, według *Słownika terminologii medialnej* serwis informacyjny posiada dwa znaczenia. Po pierwsze, jest to „materiał dziennikarski oferowany redakcjom odpłatnie przez agencje informacyjne oraz publikowany przez portale internetowe i wortale.” Po drugie, serwis informacyjny to synonimiczne określenie dla *wiadomości*, które zostaną zdefiniowane na kolejnych stronach dysertacji. Definicję serwisu w odniesieniu do mediów notuje również *Wielki słownik języka polskiego*, według którego serwis to: „aktualne informacje lub wiadomości dotyczące jakiejś dziedziny, regularnie przekazywane przez środki masowego przekazu”. Definicja ta ma charakter ogólny i nie ogranicza się do konkretnego medialnego przekaznika.

1.4.4.5 Wiadomości

Według *Popularnej encyklopedii mass mediów* termin *wiadomości* można rozumieć jako wszelkie emitowane w prasie, radiu i telewizji informacje, skonstruowane przez dziennikarzy poddających je obróbce (np. selekcja, edycja, przesuwanie akcentów, zniekształcanie, a także manipulowanie) zgodnie z przyjętymi konwencjami i zasadami. Wiadomość bywa definiowana jako news.

Kolejna eksplikacja omawia wiadomości jako: „zestaw aktualnych informacji publikowanych przez media masowe, zwłaszcza podawanych o określonych porach przez radio i telewizję”²¹⁵. Wśród wiadomości można wyróżnić informacje własne, które zostały pozyskane przez redakcję, oraz informacje zewnętrzne, pochodzące z serwisów informacyjnych.²¹⁶ Opisy programów na stronach internetowych również nie rozwiązują kwestii przypisania nazwy gatunku do analizowanych przeze mnie programów. Pokazuje to, że z perspektywy promocji radiostacji ważniejsza jest nazwa programu, która może mieć

²¹⁴ Z. Lipiński, *Dziennikarstwo radiowe*, [w:] *Teoria i praktyka dziennikarstwa*, red. K. Kąkolewski, Warszawa 1964, s. 189.

²¹⁵ W. Pisarek, *Słownik terminologii medialnej*, op. cit., s. 231.

²¹⁶ *Ibidem*, s. 231.

większą siłę oddziaływania na odbiorcę, niż precyzyjne określenie typu gatunku. Sytuacja związana z brakiem precyzyjnej nazwy jest również wyrazem rozmycia gatunkowego.

1.4.4.6 Spiker/prowadzący/prezenter

Mówiąc o bezpośrednim nadawcy medialnym, którego głos słyszy odbiorca, będę stosować określenie *prezenter radiowy*. Ze względów stylistycznych, by uniknąć nadmiernych powtórzeń leksykalnych, zamiennie będą stosowane nazwy: *spiker*, *prowadzący*, *gospodarz programu*, choć mam świadomość subtelnych różnic znaczeniowych pomiędzy tymi słowami, zwłaszcza między terminem *prezenter* a *spiker*.

W *Popularnej encyklopedii mass mediów* prezenter radiowy to „najczęściej stosowane określenie prowadzącego program radiowy – osoby bardzo wszechstronnej, w odróżnieniu od *disc jockey*'a mającego wyraźną specjalizację muzyczną.”²¹⁷ z kolei, w *Słowniku terminologii medialnej* pod red. W. Pisarka *prezenter* odnosi się do telewizji i oznacza „(ang. *anchorman*) osobę prezentującą programy w telewizji, gospodarza programu *etc.*”²¹⁸ Niemniej jednak w literaturze naukowej oraz w rozumieniu potocznym termin *prezenter* może odnosić się również do dziennikarzy przedstawiających wiadomości radiowe. Próby wskazania różnic pomiędzy dziennikarzem a prezenterem podjęła się Anna Jupowicz-Ginalska. Wskazuje ona na trudności w przypisaniu jednej funkcji rzeczywistym dziennikarzom, którzy w swojej pracy zawodowej mogą pełnić różne obowiązki. W branży dziennikarskiej takie osoby określa się mianem *osobowości* pod warunkiem, że cechują się charyzmą, nieszablonowością oraz siłą przebiccia. Badaczka skupia się także na podejściu medioznawców do prezenterstwa. Przywołuje opinie Macieja Mrozowskiego, zdaniem którego prezenter jest głosem instytucji, nadającym znaczenie i wagę informacji oraz Wiesława Godzica, który zauważa, że współcześnie prezenter dąży do skupienia znacznej części uwagi odbiorców i stania się centrum programu, co nie jest zjawiskiem pozytywnym.²¹⁹ Odnosi się ona także do potocznej definicji *prezentera* pochodzącej z Wikipedii. Według tego źródła jest to osoba, która zapowiada programy w stacji telewizyjnej czy radiowej. Prezenter „współcześnie pełni (...) także szeroko pojętą funkcję gospodarza programu lub stacji. (...) przeprowadza między innymi wywiady z gośćmi programu i rozmawia z korespondentami w terenie. Nieraz sam

²¹⁷ *Popularna encyklopedia mass mediów*, op. cit., s. 459.

²¹⁸ *Słownik terminologii medialnej*, op. cit., s. 163.

²¹⁹ A. Jupowicz-Ginalska, *O depolaryzacji zawodów z zakresu dziennikarstwa i komunikacji marketingowej. Etyka a praktyka dziennikarska*, „Studia Medioznawcze”, 2014 (1), s. 51.

stanowi atrakcję programu lub jest jego gwiazdą, w efekcie czego zaczyna prowadzić własny program albo rozwija samodzielną karierę dziennikarską.”²²⁰

Spiker, natomiast, według *Popularnej encyklopedii mediów* to „(z ang. ‘mówca’) pierwszy zawód, który pojawił się wraz z powstaniem radia. (...) Głos spikera był przewodnikiem po programie, określał atmosferę danej stacji, budził zaufanie słuchaczy.”²²¹ Podobne znaczenie wskazuje *Słownik terminologii medialnej*, który podaje następującą definicję *spikera*: „(ang. *speaker*) tradycyjne określenie prowadzącego program radiowy i zapowiadającego jego poszczególne pozycje. Obecnie raczej prezenter lub moderator łączą funkcje i umiejętności dawnego spikera i dziennikarza radiowego o wielu umiejętnościach i rozległej znajomości warsztatu radiowego.”²²² Choć leksem *spiker* może się wydać nieco archaiczny, nie ma podstaw, by nie stosować go w niniejszej dysertacji poświęconej komunikacji radiowej. Ze względu na to, że współcześnie w zawodzie dziennikarza rozmywają się granice między funkcją *spikera*, *prezentera* oraz *prowadzącego*, a jeden dziennikarz łączy wiele ról i obowiązków, trudno jednoznacznie rozgraniczyć te pojęcia.

Warto przywołać także konotacje, jakie wprowadza to określenie w formie anglojęzycznej. Pojęcia *gospodarz programu* (*anchorman*) po raz pierwszy użyto w Stanach Zjednoczonych w odniesieniu do Waltera Cronkite’a. Z kolei, w Wielkiej Brytanii częściej stosuje się termin *spiker* lub *prezenter* (z ang. *newsreader*, czyli osoba odczytująca wiadomości). Różnice w nazewnictwie świadczą o różnych stylach (naśladowanych na całym świecie) prezentowania informacji w obu tych państwach. Brytyjski prezenter jest poważny i nieco wyniosły, gdyż ma być autorytetem. Amerykański prezenter również ma wzbudzać respekt, jednakże jawi się on jako bardziej otwarty i mniej zdystansowany. Termin *gospodarz programu* uwypukla charyzmę dziennikarza, jego doświadczenie zawodowe, profesjonalizm oraz osobowość. Spiker natomiast nie budzi tak wielu osobistych skojarzeń. Co ciekawe, im większy nacisk w danym programie kładzie się na rozrywkę, tym styl prowadzącego będzie bardziej przyjacielski i nastawiony na relację z odbiorcą. Mimo to prezenterzy wiadomości zasadniczo powinni zachować poważniejszy ton, który lepiej pasuje do wagi przedstawianych informacji.²²³

²²⁰ *Prezenter*, <https://pl.wikipedia.org/wiki/Prezenter>, [30.12.2023].

²²¹ *Popularna encyklopedia mass mediów*, op. cit., s. 507.

²²² W. Pisarek, *Słownik terminologii medialnej*, op. cit., s. 199.

²²³ A. Boyd, P. Stewart, A. Ray, *Dziennikarstwo radiowo-telewizyjne. Techniki tworzenia programów informacyjnych*, Kraków 2011, s. 198-200.

1.4.5 Radiowy serwis informacyjny jako informacyjny gatunek dziennikarski

W odniesieniu do badanych przeze mnie programów stosuję nazwę *radiowe serwisy informacyjne*, ponieważ w najbardziej precyzyjny sposób wyróżnia ona specyfikę tychże programów. Poza tym niektórzy badani nadawcy stosują to określenie na swoje programy informacyjne.²²⁴ G. Stachyra zwraca uwagę na brak spójności w badaniach nad genologią radiową, która wynika „z różnic terminologicznych i metodologicznych analizy materii dźwiękowej w poszczególnych krajach, co jest skutkiem braku współczesnej ugruntowanej teorii radia (radioznawstwa) uwzględniającej przemiany technologiczne tego medium.”²²⁵

Serwis informacyjny jest pożądanym przez odbiorcę źródłem informacji.²²⁶ Zdaniem Agnieszki Garcarek serwisy informacyjne są kluczowym elementem ramówki każdej stacji. Początek wydawania serwisów informacyjnych w Europie sięga lat dwudziestych dwudziestego wieku. W strukturę serwisów mogą wchodzić następujące gatunki informacyjne: relacja, korespondencja, reportaż *etc.*²²⁷

Choć radiowe serwisy informacyjne są gatunkiem informacyjnym, to jednak w ich ramach dopuszczane są elementy publicystyczne lub rozrywkowe. we współczesnych mediach coraz częściej przekazy informacyjne nabierają ludycznego charakteru. *Infotainment* to zjawisko łączenia w wiadomościach elementów informacji z rozrywką. Polega ono przede wszystkim na wprowadzaniu zabawy w przekazy informacyjne. Inforozrywkę stanowią zatem między innymi: *soft news* – newsy o tematyce sensacyjnej, wesołej lub poruszającej sprawy bliskie ludziom w celu złagodzenia poważnych newsów (tzw. *hard news*); lekki styl wypowiedzi dziennikarzy, muzyka, dramatyzacja i elementy fabularne.²²⁸

Alina Naruszewicz-Duchlińska niejednoznacznie ocenia to zjawisko. Inforozrywka powoduje obniżenie jakości dyskursu publicznego, wywołane powierzchownym traktowaniem tematów i szybkim tempem przekazywania newsów. Z drugiej strony, *infotainment* może przynosić pozytywne skutki. Często informacje przekazywane przez media są skomplikowane i dotyczą obszarów obcych odbiorcom, dlatego wzbogacenie

²²⁴ Określenie serwis lub serwis informacyjny w ramówce radiowej używają Program Trzeci Polskiego Radia oraz Radio Maryja. Są to jednocześnie elementy tytułów tychże programów. Pozostałe radiostacje tytułują swoje serwisy jako: *Aktualności radiowej Jedyńki*, *Wiadomości* (Radio ZET), *Fakty* (RMF FM), *Wiadomości ogólnopolskie* (Radia Niepokalanów).

²²⁵ G. Stachyra, *Perspektywy badania współczesnej genologii medialnej*, op. cit., s. 54.

²²⁶ M. Kubat, *Radio news – przekaz informacyjny w wybranych stacjach radiowych w pierwszej godzinie po zakończeniu głosowania w wyborach samorządowych w 2018 roku. Analiza porównawcza*, „Zeszyty Prasoznawcze”, 2019 (1), s. 31.

²²⁷ A. Garcarek, *Informacja w radiu komercyjnym*, „Acta Universitatis Lodzianensis. Folia Litteraria Polonica”, 2011 (14/1), s. 117.

²²⁸ *Encyclopedia of Political Communication*, red. L. Lee, Ch. Holtz-Bacha, Floryda 2007, s. 335.

przekazu informacyjnego o elementy ludyczne pomaga uniknąć nudy i przyswoić złożone wiadomości. Zdaniem badaczki, w kreacji newsów znaczące są proporceje – rozrywka może urozmaicić informacje, jednak jej obecność nie powinna zaszkodzić rzetelności i precyzji przekazów medialnych.²²⁹

Obecność nieinformacyjnych elementów w radiowych serwisach informacyjnych uzależniona jest od preferencji stacji. G. Stachyra utrzymuje, że serwisy radiowe są tradycyjnym gatunkiem radiowym, jednak ich kształt uległ istotnym zmianom na skutek procesu formatowania radia. Współczesne programy informacyjne swoją formułą odbiegają od ich pierwotnego kształtu.²³⁰ Ramy czasowe programu wyznaczone są przez sygnały dźwiękowe, zazwyczaj w formie dzingli. Ich funkcją nie jest wyłącznie informowanie o początku i końcu programu, ale również wyznaczanie elementów strukturalnych programów, takich jak: skrót wiadomości, radio news, wiadomości z kraju, wiadomości ze świata, pogoda *etc.* Czas trwania radiowych serwisów informacyjnych mieści się w przedziale od 3 do 8 minut, a ich emisja ma miejsce o stałych porach – najczęściej są to pełne godziny, choć niektóre stacje udostępniają ten typ programu nawet co pół godziny.²³¹ w warstwie językowej magazynów informacyjnych również da się zauważyć pewne tendencje – standaryzację stylu oraz dążenie do prostoty języka uwarunkowane klarownością komunikatu radiowego. W komercyjnych stacjach radiowych pojawiają się także w różnym stopniu elementy kolokwialności. Ponadto G. Stachyra utrzymuje, że:

w ślad za standaryzacją formy wypowiedzi idzie też „przezroczystość” lektora-spikera, który ma nie narzucać się ze swoją osobowością, być jedynie przekaźnikiem, a nie przewodnikiem. To, co w innego typu programach jest zaletą, a mianowicie *personality*, w przypadku wiadomości byłoby wadą.²³²

G. Stachyra zwraca uwagę, że współczesnym radiowym wiadomościom towarzyszy intertekstualność gatunkowa i medialna rozumiana jako przejście identyfikujących konwencji jednego gatunku do innych. W przypadku serwisów informacyjnych objawia się ona obecnością w ich strukturze dzingli reklamujących stację lub sponsora, muzycznych elementów identyfikacyjnych, a także urozmaicającego przekaz tła dźwiękowego. W warstwie treściowej ową intertekstualność zauważyć można w informacjach o charakterze

²²⁹ A. Naruszewicz-Duchlińska, *Inforozrywka (infotainment) w portalach informacyjnych tvn24.pl i tvp.info*, „Prace Językoznawcze”, 2013 (15), s. 74.

²³⁰ G. Stachyra, *Perspektywy badania współczesnej genologii medialnej*, op. cit., s. 125.

²³¹ Ibidem, s. 125.

²³² Ibidem, s. 126.

perswazyjnym lub przejawach *infotainmentu*. Zdaniem Stachyry wyżej wymienione elementy są nawiązaniem do telewizji i Internetu.²³³ Badaczka radiowe wiadomości opisuje jako „wewnętrzsterowne”, ponieważ to nadawca decyduje o ich kształcie realizacyjnym. Mimo to Stachyra pokazuje przykłady nadawców, np. Radio ZET, którzy dopuścili do głosu odbiorców i to oni mogą decydować o kształcie serwisu. Przykład tego typu interwencji stanowi „czerwony telefon Radia ZET”, służący do natychmiastowego poinformowania stacji o istotnym wydarzeniu najczęściej przez jego świadków. Dzięki temu radiosłuchacze mają swoisty wkład w schemat serwisu.²³⁴ Obecnie podobną ofertę posiada Radio RMF FM. Celem tej konwencji nie jest jedynie umożliwienie odbiorcom współtworzenia serwisów informacyjnych w myśl zjawiska „kultury uczestnictwa” opisanego przez Henry’ego Jenkinsa²³⁵, ale otwarcie się na odbiorcę wynikające z pragmatycznych pobudek – współpraca nadawcy medialnego z odbiorcą, uczestnikiem zwykłego życia, świadkiem codziennych zdarzeń może zapewnić mu pozycję lidera w najszybszym przekazywaniu informacji. O miano najlepiej poinformowanej stacji mocno zabiegają rozgłośnie komercyjne.

Innymi konwencjami w sposobie tworzenia wiadomości radiowych, na które zwraca uwagę Stachyra, są „quasi-śledcze” i „interwencyjne” formuły. Pierwsza polega na dodaniu do niszowej informacji elementów wskazujących na problematykę śledczą wraz z elementami sensacji. Interwencyjność, z kolei, to poruszanie problemów przeciętnych obywateli i wskazanie stacji radiowej jako tej, która zajęła się ich rozwiązaniem. Celem tych zabiegów jest autopromocja – podniesienie prestiżu stacji oraz wzbudzenie wśród odbiorców stacji zaufania. W ten sposób nadawca medialny kreuje się jako przekaznik z pełnym zaangażowaniem zdobywający informacje oraz podmiot będący blisko ludzi i stojący w ich obronie, gdy jest to konieczne.²³⁶ o podobnej konwencji pisze A. Garcarek – wskazuje ona na wykorzystywanie przez twórców RMF elementów dramaturgii, pozornie charakterystycznej dla artystycznych gatunków. Udramatyzowanie newsa polega na odpowiednim dozowaniu informacji – na początek prezentuje się kulminację zdarzenia, potem podaje się jego przyczynę, a na sam koniec skutki, w odniesieniu do przeciętnego słuchacza.²³⁷

²³³ Ibidem, s. 126-127.

²³⁴ Ibidem, s. 127.

²³⁵ H. Jenkins i inni, *Confronting the Challenges of Participatory Culture: Media Education for the 21st Century*, Cambridge 2009, <https://library.oapen.org/viewer/web/viewer.html?file=/bitstream/handle/20.500.12657/26083/1004003.pdf?sequence=1&isAllowed=y>, [30.12.2023].

²³⁶ Ibidem, s. 127.

²³⁷ A. Garcarek, *Informacja w radiu komercyjnym*, op. cit., s. 122.

W strukturze serwisu informacyjnego pojawiają się również konwencje, które są bezpośrednim i jawnym zabiegiem ukierunkowanym na zatrzymanie słuchacza przy radioodbiorniku. Mowa tu o zapowiedziach atrakcyjnego tematu, który będzie omawiany w kolejnym wydaniu serwisu.²³⁸

G. Stachyra żywi przekonanie, że pierwotne cechy gatunkowe radiowych serwisów informacyjnych uległy transformacji. Współczesne wariantywne odmiany cechuje między innymi warstwa dźwiękowa jako tło do wypowiedzi lektorów, dżingle, dwugłos spikerów, lakoniczność, a często nawet ascetyczne realizowanie funkcji informacyjnej.²³⁹

Novum dla radiowych serwisów radiowych stanowi rozszerzenie roli spikera – jego najważniejszym zadaniem jest odczytanie depeesz, jednak we współczesnych serwisach zaczyna on odgrywać rolę przewodnika po prezentowanych wiadomościach. Ponadto jego głos staje się „wizytówką programu, gwarancją wiarygodności, rzetelności i identyfikacji stacji.”²⁴⁰

Zanim serwis informacyjny trafi na antenę radia, przechodzi długą drogę tworzenia i modyfikacji w tzw. newsroomie. Newsroom w języku angielskim oznacza ‘salę informacji’, „miejsce pracy wydawców, serwisantów, punkt kontaktowy reporterów”²⁴¹. Pojęcie to odnosi się do działu w stacjach radiowych i telewizyjnych, w którym pracują dziennikarze, wydawcy i reporterzy. W pomieszczeniu tym znajdują się stanowiska z dostępem do informacji agencyjnych, z możliwością łączenia się z reporterami pracującymi poza budynkiem stacji czy z wozem reporterskim bądź transmisyjnym, a nawet ze stałym kontaktem z Instytutem Meteorologii i Gospodarki Wodnej.²⁴² Walery Pisarek zauważa, że nazwa „newsroom” spopularyzowała się w okresie transformacji mediów wynikającej z uchwalenia tak zwanej ustawy medialnej z 1993 roku i zastąpiła istniejące do tej pory redakcje informacyjne.²⁴³

Współczesne społeczeństwo cechuje bardzo łatwy i szeroki dostęp do informacji²⁴⁴, które pojawiają się w mediach, a zwłaszcza w internecie, dlatego też kluczową rolę w odbiorze programów informacyjnych odgrywa właściwy dobór prezentowanych treści. Andrew Boyd uważa, że choć dziennikarz informacyjny powinien przejawiać intuicję

²³⁸ G. Stachyra, *Gatunki audycji w radiu sformatowanym*, op. cit., s. 129.

²³⁹ Ibidem, s. 130.

²⁴⁰ A. Garcarek, *Informacja w radiu komercyjnym*, „Acta Universitatis Lodziensis. Folia Litteraria Polonica”, 2011 (14), s. 117.

²⁴¹ *Słownik terminologii medialnej*, op. cit., s. 129.

²⁴² Ibidem, s. 129.

²⁴³ Ibidem, s. 129.

²⁴⁴ w niniejszym fragmencie rozprawy, używając słowa *informacja*, nie mam na myśli gatunku wypowiedzi medialnej, której celem jest powiadomienie o zdarzeniu, ale pierwotne znaczenie tego słowa, czyli zawartość wypowiedzi, a zatem wszelkie zdarzenia i zjawiska, które mogą zostać zakomunikowane w programach informacyjnych.

do wybierania newsów, to jednak sukces w ich doborze nie tkwi wyłącznie w talencie dziennikarza, ale również w pewnych aspektach samych informacji, które należy uwzględnić, tworząc programy informacyjne.²⁴⁵ A. Boyd uznaje następujące elementy za te, które mają wpływ na sukces przekazywania danej informacji: bliskość, istotność, aktualność, zainteresowanie, dramatyzm i rozrywka. Według niego informacja powinna być bliska odbiorcy, czyli dotyczyć zjawisk lub zdarzeń, które nie dzieją się w odległym obszarze. Kolejną znaczącą cechą informacji to jej istotność, innymi słowy ważność – im większy wpływa wywiera ona na życie, emocje, a nawet na dochody odbiorców, tym jest bardziej istotna. Można stwierdzić, że najważniejszą cechą informacji powinna być jej aktualność – dotyczy tego, co się dzieje teraz. Martin Mayer, powiedział: „We wczorajszą gazetę zawija się rybę, a wczorajsza audycja informacyjna w ogóle nie istnieje”. Cytat ten uświadamia, jak krótkie jest życie informacji w mediach. A. Boyd pisze, że „informacja jest informacją wtedy, gdy odbiorca dowiaduje się czegoś nowego.”²⁴⁶ Co więcej, doniesienie informacyjne musi budzić zainteresowanie u odbiorcy. Jak twierdzi wspomniany badacz: „talent dziennikarza piszącego doniesienie radiowe i telewizyjne objawia się tym, że potrafi on uwypuklić istotność danego wydarzenia oraz przedstawić je w sposób jasny i zgodny ze stanem faktycznym, wykorzystując każdą informację, która może budzić zainteresowanie”²⁴⁷ Dzięki temu odbiorca słyszy nie tylko to, co musi, ale również to, co chciałby usłyszeć. Ponadto A. Boyd twierdzi, że najbardziej interesującą grupą wiadomości są te, które dotyczą ludzi, zwłaszcza osób życia publicznego. Trudno się z tym nie zgodzić, zwłaszcza obserwując kierunek, w którym podążają współczesne media, ulegając między innymi tabloidyacji. Trzeba jednak pamiętać, że kategoria zainteresowania wiadomością często wyklucza kategorię istotności, niekiedy ciekawe informacje mogą być całkowicie zbyteczne. Kolejny typ wiadomości, które są równie popularne, co wiadomości plotkarskie, to doniesienia o dramatycznych wydarzeniach, które wywołują w odbiorcy dreszcz emocji. Ostatnią kategorią, którą podaje A. Boyd, jest rozrywka. Najskuteczniejszym sposobem podniesienia wskaźników słuchalności programów informacyjnych jest dodanie elementu rozrywki, który może się przejawiać lekkim i zabawnym stylem wypowiedzi dziennikarskich lub humorystycznym przekazem informacyjnym.²⁴⁸ Koncepcja przekazu informacyjnego zaproponowana przez A. Boyda bierze pod uwagę zjawiska zachodzące we współczesnych mediach, czyli konkurencyjność na rynku medialnym, masowość czy nastawienie odbiorców

²⁴⁵ A. Boyd, op. cit., s. 25.

²⁴⁶ Ibidem., s. 27.

²⁴⁷ Ibidem, s. 29.

²⁴⁸ Ibidem, s. 30.

na rozrywkę, często jednak zbyt duże nachylenie przekazów informacyjnych w stronę walki o odbiorcę może działać na niekorzyść dziennikarskiego obiektywizmu i wiarygodności.

Bardzo ważną rolę w emisji programu informacyjnego odgrywa sposób przedstawiania informacji, na który składa się wiele językowych i pozajęzykowych elementów. Są to: głośność, czyli odpowiednie natężenie głosu lektora właściwe dla danego programu; tempo – zbyt szybkie może obniżyć zrozumienie komunikatu przez odbiorcę oraz prowadzić do częstszych pomyłek, musi ono być dostosowane do zdolności przetwarzania informacji przez odbiorców; intonacja, naturalnie urozmaicona; pauzy.²⁴⁹ Odpowiednie tempo czytania informacji mieści się w przedziale od 140 do 220 słów na minutę, dzięki czemu uzyskany jest efekt naturalnego i przyjemnego tempa.²⁵⁰

O formie radiowych serwisów informacyjnych pisał również K. Kaszewski. Według niego forma i treść radiowych przekazów informacyjnych są zdeterminowane przez awizualność, będącą cechą dystynktywną komunikacji radiowej, oraz dążenie do atrakcyjności w wyniku dużej konkurencyjności rynku medialnego.

Zdaniem K. Kaszewskiego wzorzec kanoniczny radiowego serwisu informacyjnego zawiera:

- czołówkę – *headline* i skrót informacji. W radiu publicznym czołówka to skrótowe zaprezentowanie tematów newsów przypominające spis treści, którego elementy przypominają sygnał lub wzmiankę. W radiu komercyjnym, z kolei, czołówka pełni funkcję reklamy, a jej elementy to głównie pytanie, sygnał, wzmianka i zapowiedzi w wersjach alternacyjnych.
- korpus – złożony z kilku newsów.²⁵¹

1.4.5.1 News radiowy

Słowo *news* posiada wiele znaczeń. W rozumieniu potocznym oznacza ono „sensacyjną wiadomość z ostatniej chwili” (WSJP). W odmianie środowiskowej oznacza „wiadomość przesłaną do internetowej grupy dyskusyjnej” (SJP PWN). Marek Palczewski potwierdza, że pojęcie to jest bardzo nieostre. Badacz pisze, że definicje *news*a można podzielić na dwie grupy: definicje praktyków oraz teoretyków mediów.²⁵² Zauważa, że definicje dziennikarskie

²⁴⁹ R. McLeish, op. cit., s. 131-132.

²⁵⁰ A. Boyd, op. cit., s. 255.

²⁵¹ K. Kaszewski, *Media o sobie*, op. cit., s. 278.

²⁵² M. Palczewski, *Teoria newsa. Historia-definicje-konteksty-dyskursy newsa w kręgu kultury zachodniej*, Warszawa 2018, s. 21.

w przeciwieństwie do definicji akademickich mają mniejszy wpływ na kreację obrazu newsa w dyskursie. News można zdefiniować według ujęcia²⁵³:

1) aksjologicznego – zawierającego definicje odnoszące się do czynników newsotwórczych, czyli wartości informacyjnych, o których jako pierwszy pisał Walter Lippmann. Inni badacze, Galtung i Ruge²⁵⁴, omawiający faktory newsotwórcze, przypisali do nich:

- frekwencyjność – rozumianą jako dostosowanie wydarzenia do częstotliwości publikacji serwisów informacyjnych;
- jednoznaczność umożliwiającą zrozumienie przekazu;
- istotność z perspektywy odbiorcy według jego przynależności do kręgu kulturowego lub regionu geograficznego;
- zgodność z oczekiwaniami adresanta;
- nieprzewidywalność;
- ciągłość pozwalającą na kontynuację tematu;
- kompatybilność z innymi newsami w serwisie informacyjnym;
- odniesienie do elit pośród narodów lub państw;
- odniesienie do elit społecznych;
- personifikację – rozumianą jako brak abstrakcyjności, a skonkretyzowaną poprzez egzemplifikację ludzkich działań;
- negatywizm wynikający z założenia, że ludzkość chętniej zaznajamia się z tym, co negatywne.

Czynniki te znajdują odzwierciedlenie w informacjach prezentowanych w badanych przeze mnie serwisach i wskazują na przyjęcie perspektywy odbiorcy²⁵⁵, będącego głównym wyznacznikiem w aspekcie doboru newsów.

- 2) podmiotowego – określonego z perspektywy decydenta, np. dziennikarza, redaktora, wydawcy, instytucji medialnej czy nawet odbiorcy.
- 3) funkcjonalnego – wskazującego na rolę newsa, np. tworzenie hierarchii wartości i moralności, budowanie wspólnoty, kontrolowanie społeczeństwa.

²⁵³ Niniejsze omówienie *news*a pełni wyłącznie funkcję wprowadzającą w zagadnienie radiowych serwisów informacyjnych, dlatego jest ono dość powierzchowne. Celem niniejszej rozprawy nie jest bowiem stworzenie teorii znaczenia *news*a. Pragnę jednak zaznaczyć, że spojrzenie na to zagadnienie w teoretycznych rozważaniach pozwoli na zwrócenie uwagi na determinanty językowego i strukturalnego funkcjonowania informacji w radiu. W części tej wszelkie odwołania do badaczy podaję za: M. Palczewski, *Teoria newsa. Historia-definicje-konteksty-dyskursy newsa w kręgu kultury zachodniej*, Warszawa 2018, s. 21-23.

²⁵⁴ Przywołuję teorię tychże badaczy, gdyż zdaniem Palczewskiego są one najbardziej przełomowe w kontekście teorii newsa.

²⁵⁵ Wiele definicji za najważniejszy czynnik decydujący o newsowości traktuje czas.

4) konstruktywistycznego – definiującego news jako produkt ustalony według zasad społecznych, politycznych, kulturowych i ideowych.

5) epistemologicznego – ujmującego news w relacji do pojęć prawdy i wiedzy o świecie.

W. Lippmann²⁵⁶ zauważa, że news nie jest wydarzeniem czy pełną prawdą o rzeczywistości. Z kolei, Bernard Roschco²⁵⁷ wskazuje, że news to forma wiedzy, która jest wyrwykowa, efemeryczna i o krótkiej żywotności. W kontekście niniejszych badań chciałabym zwrócić szczególną uwagę na koncepcję Herberta Gansa, która zakłada, że news to wynik dziennikarskiej „obróbki”. News zatem zdeterminowany jest poprzez wymagania (lub ich brak) i oczekiwania odbiorcy, a także działania dziennikarskie (streszczanie, dopracowywanie i zmienianie otrzymanych źródeł w celu stworzenia informacji właściwej dla odbiorcy)²⁵⁸. Należy nadmienić, że dziennikarz nigdy nie jest samodzielny w swoich działaniach, ponieważ oprócz bycia zależnym od odbiorcy podlega także instytucji medialnej, dla której pracuje.

W terminologii medialnej news może być także utożsamiany ze wzmianką, czyli prostym gatunkiem informacyjnym, odpowiadającym na pytania *kto? co? gdzie?*.²⁵⁹ News w kontekście komunikacji radiowej to pojedyncza informacja wchodząca w skład radiowego serwisu informacyjnego. Co ciekawie, news w momencie nadawania jest już nieaktualny, ponieważ informacja zanim zostanie wyemitowana ulega różnym procesom dziennikarskiego warsztatu.²⁶⁰

J. Frasz²⁶¹ oraz M. Grzelka i A. Kula traktują news radiowy jako gatunek prosty będący składnikiem gatunku złożonego.²⁶² Newsy mogą być powiązane ze sobą metatekstowymi wypowiedziami spikera, dzięki czemu makrostruktura serwisu jest spójna i unormowana. Można zatem uznać serwis za kompletny przekaz, a nie zestawienie mniejszych komunikatów. W niniejszej rozprawie przyjmuję genologiczne ujęcie newsa (którego funkcjonowanie w przestrzeni medialnej nie jest oderwane od opisanych wyżej zależności) stanowiącego stały element radiowego serwisu informacyjnego.

Tematyka newsów nie dotyczy wyłącznie znaczących społecznie wydarzeń, lecz wiąże się z obecnością w serwisach różnych perspektyw kierowanych do odbiorców komunikatów. Można ją zaklasyfikować w następujący sposób:

²⁵⁶ W. Lippmann, *Public Opinion*, Nowy Jork 1922, s. 215.

²⁵⁷ B. Roschco, *Newsmaking*, Chicago 1975, s. 11.

²⁵⁸ H. Gans, *Deciding What's News: A Study of CBS evening news, NBC nightly news, Newsweek and Time, Illinois* 2004, s. 80, za: M. Palczewski, *Teorie newsa*, op. cit., s. 33.

²⁵⁹ *Słownik terminologii medialnej*, op. cit., s. 237.

²⁶⁰ *Popularna encyklopedia mass mediów*, op. cit., s. 603.

²⁶¹ J. Frasz, *O typologii wypowiedzi medialnych i dziennikarskich*, Wrocław 2013, s. 117.

²⁶² M. Grzelka, A. Kula, *Ewolucja polskiego newsa telewizyjnego i jego właściwości rodzajowych*, [w:] *Człowiek i kultura w komunikacji medialnej*, red. M. Karwatowska i inni, Lublin 2015, s. 91.

- śledcza – powodująca sensacyjny charakter newsów;
- interwencyjna – nadawca reaguje na zgłoszenia słuchaczy, którzy postrzegają media jako skuteczne narzędzie zmian w społeczeństwie;
- poradnikowo-edukacyjna – nadawca występuje w roli doradcy;
- autotematyczna – newsy dotyczą także samych nadawców i ich działań zawodowych.

K. Kaszewski zwraca uwagę, że różnorodność treści czyni serwis informacyjny bardziej atrakcyjnym, jednak odbiega to od konwencji klasycznego informowania.²⁶³ Magdalena Steciąg utrzymuje, że ze względu na synkretyzm serwisu informacyjnego w stacjach komercyjnych bardziej odpowiednie byłoby nazywanie tych audycji dziennikiem radiowym.²⁶⁴

Ewolucja współczesnego radiowego serwisu informacyjnego w ogólnym ujęciu to oddalanie się od kanonicznego wzorca informowania. Spośród najważniejszych zmian zachodzących w serwisach informacyjnych K. Kaszewski wymienia:

- łączenie funkcji powiadamiania z funkcją fatyczną;
- zastępowanie powiadamiania obrazowaniem charakterystycznym dla reportażu;
- łączenie odwzorowywania faktów z ich kreowaniem i przetwarzaniem, by zwrócić uwagę odbiorców i by spełnić ich oczekiwania;
- uatrakcyjnianie przekazu i osłabianie jego konwencjonalizacji;
- budowanie relacji z odbiorcą, by zyskać i zatrzymać odbiorcę;
- zacieranie granic pomiędzy serwisem a kolejnymi programami;
- obecność elementów autopromocyjnych.

Powyższe zjawiska występują w radiu komercyjnym, jak i publicznym, ale w dużo większym natężeniu w stacjach niepublicznych. Serwisy informacyjne obu typów stacji łączy obecność elementów autopromocyjnych.²⁶⁵ Niniejsza dysertacja zweryfikuje dotychczasowe badania dotyczące radiowych serwisów informacyjnych i uzupełni je o audycje nadawców społecznych.

Za serwisem informacyjnym emitowanym na antenie radia stoi rzesza dziennikarzy zaangażowanych w jego kreację, tworzących redakcję informacyjną. Na ogół dziennikarze owiewają tajemnicą tajniki swojej pracy, dlatego też nie jest łatwo uzyskać szczegółowe informacje na temat pracy w redakcji odpowiedzialnej za programy informacyjne. Dla uzyskania orientacyjnego oglądu na ten aspekt przywołam artykuł Michała

²⁶³ K. Kaszewski, *Media o sobie*, op. cit., s. 280.

²⁶⁴ M. Steciąg, *Informacja. Wywiad. Felieton*, op. cit., s. 124.

²⁶⁵ K. Kaszewski, *Media o sobie*, op. cit., s. 281.

Świętosławskiego²⁶⁶, który opisuje ten proces z perspektywy dziennikarskiej. W swoim tekście prezentuje pracę w redakcji informacyjnej Radia Eska, radiostacji o charakterze rozrywkowym skierowanej głównie do młodych osób.

M. Świętosławski zaznacza, że informacja radiowa powinna odwoływać się do tradycyjnej koncepcji budowy informacji, która zakłada odpowiedź na pytania *кто? что? где? когда? почему?*, jednak w praktyce zasada ta nie jest zawsze przestrzegana. Odnosząc się do przeciętnego dnia pracy kolegium, pisze, że na początku członkowie redakcji spotykają się na tzw. odprawce – spotkaniu, podczas którego wybiera się tematy newsów na dany dzień. Wśród nich powinny znaleźć się również tematy „ekskluzywne”, czyli takie, których z pewnością nie posiada konkurencja. Są to z reguły tematy nietypowe i dość oryginalne. Następnie dziennikarze przechodzą do realizacji indywidualnych zadań. Po umówieniu się z potencjalnymi rozmówcami dziennikarz udaje się „w teren”, by zdobyć materiał do newsa. Podczas nagrań dziennikarz stara się nagrywać nie tylko słowa, ale również wszelkie dźwięki towarzyszące wypowiedzi lub wydarzeniu, np. śpiew, dźwięk kopania piłki, odgłos maszyn itp. Zastępując obraz, ubarwiają one serwis. Kolejny równie czasochłonny etap to opracowanie newsa. Dziennikarz-praktyk utrzymuje, że „tworzenie informacji to przysłowiowa wojna z czasem”.²⁶⁷

Po powrocie do redakcji dziennikarz zajmuje się tzw. obróbką zdobytego materiału i przygotowaniem tzw. setki²⁶⁸, która w żargonie radiowców oznacza wyciętą wypowiedź, gotową do emisji w programie informacyjnym. Setka powinna być podpisana – zwyczajowo nie podpisuje się wypowiedzi przeciętnych osób, ponieważ taka informacja nie jest merytoryczna, podpisu wymagają wypowiedzi osób publicznych. W środowisku zawodowym przedstawienie rozmówcy nazywa się *wizytówką*. Składa się ona z imienia, nazwiska oraz funkcji. Wizytówkę może nagrać dziennikarz lub wypowiadająca się osoba.²⁶⁹ w przypadku korespondencji lub relacji reporterskiej dziennikarz oprócz imienia i nazwiska podaje nazwę radiostacji, dla której pracuje. *Setka* powinna być także opracowana pod względem jakości nagrania. Wypowiedź, która ma zostać wykorzystana w serwisie, ulega obróbce polegającej na usunięciu wszelkich dźwięków typu „yyyyy”, „eeee”, „yhmm”, zbędnych pauz i szumów,

²⁶⁶ M. Świętosławski, *Etapy tworzenia informacji*, „Acta Universitatis Lodzensis. Folia Litteraria Polonica”, 2010 (13), s. 467-468.

²⁶⁷ M. Świętosławski, op. cit., s. 467-468.

²⁶⁸ Pierwotnie pojęcie *setka* stosowane było przez dziennikarzy w odniesieniu do materiału telewizyjnego. Oznacza ona: „wypowiedź osoby w programie telewizyjnym, nagrana i zmontowana w ten sposób, że słyhać osobę mówiącą i jednocześnie widać ją wypowiadającą te słowa” (WSJP). Aktualnie termin ten odnosi się również do materiałów radiowych.

²⁶⁹ M. Świętosławski, op. cit., s. 470.

które zakłócają zrozumienie wypowiedzi, oraz wycięciu najistotniejszego i najbardziej treściwego fragmentu.²⁷⁰

Reporterzy radia RMF FM również rozpoczynają dzień od przedstawienia propozycji tematów. Ich sugestie dotyczące tego, co się dzieje w danym regionie i o czym reporterzy chcą tworzyć materiał dziennikarski, są wysyłane przez system newsowy do głównej siedziby radia w Krakowie. Następnie reporterzy spotykają się z wydawcą krakowskim za pomocą platformy MS Teams i ustalają z nim tematy, które mają zostać zrealizowane przez reporterów. Około 9:00 reporterzy przystępują do przygotowywania materiałów dziennikarskich. Niekiedy zatwierdzone tematy ulegają zmianie, gdy pojawiają się nieoczekiwane sytuacje, w żargonie dziennikarskim określane jako *zdarzeniówki*. Wówczas newsy te stają się priorytetowe i zastępują tematy, które nie są aż tak istotne i ich realizacja może nastąpić w innym czasie. Odnosząc się do aspektu nadawania *Faktów*, należy powiedzieć, że są one zawsze emitowane na żywo, to znaczy prowadzący na bieżąco w momencie transmisji programu odczytuje newsy. Jednakże pozostałe elementy, takie jak: korespondencja, relacja reporterska czy wypowiedź uczestników lub świadków wydarzeń może być udostępniana w formie nagrania. W kwestii tej nie ma ujednoclenia.²⁷¹

Informacja radiowa składa się również z tzw. podprowadzenia i zejściówki. Teksty te czytane są przez serwisanta. Podprowadzenie to początkowy fragment newsa, który ma zaciekać słuchacza i wprowadzić go w temat. Zejściówka to zwięzłe podsumowanie całości, które jednak nie powinno powtarzać podanych wcześniej treści. Elementami spajającymi poszczególne części serwisu są dzingle.²⁷²

News radiowy (informacja radiowa) w najprostszym ujęciu składa się zatem z następujących elementów:

- wprowadzenie (tzw. podprowadzenie),
- materiał dziennikarski, złożony z wypowiedzi dziennikarza lub jego rozmówców,
- zakończenie (tzw. zejściówka).

News radiowy może mieć także prostszą formę. O kształcie newsów w analizowanych przeze mnie serwisach traktuje rozdział piąty, w którym dokładnemu opisowi zostają poddane komponenty radiowych serwisów informacyjnych.

²⁷⁰ Ibidem, s. 470-473.

²⁷¹ Informacje na temat praktycznego wymiaru funkcjonowania *Faktów* w radiostacji RMF FM uzyskałam od reportera RMF FM regionu lubelskiego Krzysztofa Kota. W przypadku pozostałych badanych stacji nie udało mi uzyskać takich informacji od ich przedstawicieli.

²⁷² M. Świętosławski, op. cit., s. . 470-473.

1.4.6 Charakterystyka analizowanych stacji

Obecnie w radiofonii na terenie Polski można wyróżnić trzy podstawowe grupy rozgłośni radiowych. Ich podział wynika z odmiennego źródła finansowania oraz różnicującej misji i założeń stacji. Najdłużej funkcjonujące rozgłoszenie to radiostacje publiczne, które są finansowane i nadzorowane przez instytucje państwowe. Należą do nich stacje o zasięgu ogólnopolskim, programy skierowane do Polek i Polaków mieszkających za granicą oraz stacje regionalne. Kolejna liczna grupa nadawców to rozgłoszenie komercyjne, które zarabiają na sobie poprzez reklamy, stanowią własność prywatną, a ich głównym celem jest osiągnięcie odpowiedniego zysku. Ostatnia grupa to radiostacje społeczne, które w głównej mierze uzależnione są od darczyńców czy sponsorów. W Polsce zazwyczaj są to stacje zakładane przez grupy wyznaniowe i kościoły – nie są to jedynie stacje katolickie takie jak Radio Maryja czy Radio Niepokalanów, ale także innowyznaniowe, na przykład prawosławne Radio Orthodoxia. Nadawca społeczny jest zwolniony z opłaty za udzielenie przez KRRiT koncesji i jej ponawianie na nadawanie programu. Choć dominacja Polskiego Radia utrzymywała się do początku lat dziewięćdziesiątych, jego monopol nie wpłynął znacząco na proces przeobrażeń polskiego rynku radiowego po transformacji ustrojowej w Polsce, bowiem w walce o słuchaczy pozycję lidera zajęły stacje komercyjne: Radio RMF FM oraz Radio ZET. Ówczesnym znaczącym dla społeczeństwa polskiego podmiotem radiofonii było Radio Maryja.²⁷³

1.4.6.1 Nadawca komercyjny

1.4.6.1.1 Radio ZET

Radio ZET jest ogólnopolską stacją komercyjną należącą do holdingu mediowego *EuroZET*, od 2018 roku należącego do Czech Media Invest. Rozgłoszenia powstała 28 września 1990 roku w Warszawie. Tego dnia o godzinie 22:00 z nadajnika umieszczonego na hotelu Marriott Radio ZET, jako pierwsze prywatne radio w Warszawie, rozpoczęło swoją emisję.²⁷⁴ Funkcjonowało ono wówczas pod nazwą Radio Gazeta, ponieważ jego właścicielem była spółka Agora wydająca *Gazetę Wyborczą*. Początkowo radio miał zasięg lokalny. Podczas tworzenia radiostacji kluczową rolę odegrało francuskie Radio France Internationale, które dostarczyło niezbędny sprzęt, natomiast Euro Libre wsparło projekt finansowo. W lutym

²⁷³ B. Klimkiewicz, *Krajobraz medialny w Polsce: struktura własności i pluralizm mediów*, [w:] *Własność medialna i jej wpływ na pluralizm oraz niezależność mediów*, red. B. Klimkiewicz, Kraków 2005, s. 70-71.

²⁷⁴ P. Kempa, *Kształtowanie wizerunku medialnego Radia ZET*, [w:] *Translokacje i transpozycje w mediach*, red. A. Woźniak, Wrocław 2003, s. 189.

1991 roku Agora przekazała pracownikom stacji 90% udziałów, co zaowocowało zmianą nazwy na Radio ZET. Trzy lata później, w 1994 roku, stacja zdobyła ogólnopolską koncesję.²⁷⁵

Pomysłodawcą i założycielem stacji był Andrzej Woyciechowski²⁷⁶, który zebrał zespół składający się z sześciu współpracowników: Janusza Weissa (satyryk z nieistniejącego już wówczas *Salonu Niezależnych*), Lecha Stafieja (specjalista do PR i reklamy), Doroty Cirlić (dziennikarka, tłumaczka literatury pięknej z języków serbsko-chorwackiego i macedońskiego), Agaty Niewiarowskiej (dziennikarka, romanistka) oraz Marii Wiernikowskiej (dziennikarka, korespondentka wojenna). Główną ideą towarzyszącą założycielom było stworzenie radia informacyjnego, które będzie „pluralistyczne – akceptowane i przez polityków i przez wszystkich słuchaczy, niezależnie od ich poglądów politycznych”²⁷⁷. Nazwa stacji pochodzi od nazwy spółki „Radio-Gazeta” zarejestrowanej w lipcu w 1990 roku, której wszystkie udziały objęła Agora, wydająca „Gazetę Wyborczą”. Agora przekazała swoje udziały prawie w całości pracownikom Radia ZET. Po wykupieniu udziałów od pracowników przez Andrzeja Woyciechowskiego to on stał się faktycznym właścicielem stacji²⁷⁸.

P. Kempa, który zajmował się analizą wizerunkowych działań Radia ZET, pisze, że stacja wyznaczyła nowy standard w prezentowaniu informacji w Polsce w latach dziewięćdziesiątych głównie dzięki innowacyjnej, jak na tamte czasy, formule ich opracowywania i prezentowania. Warto także wspomnieć, że ZET to pierwsza polska stacja, która nadawała informacje przez całą dobę, tak jest też dzisiaj. Tym, co wyróżniało Radio ZET wśród innych stacji, była popularyzacja relacji „na żywo” z Polski, a nawet z zagranicy oraz budowanie samodzielnego zespołu dziennikarzy informacyjnych. Ponadto serwisy informacyjne z okresu początkowej działalności rozgłośni miały być zwarte i przystępne.²⁷⁹ Założenie to obecne jest do dzisiaj, bowiem programy informacyjne Radia ZET są najkrótsze spośród analizowanych przeze mnie w niniejszej pracy.

²⁷⁵ *Radio Zet*, <https://wiadomosci.gazeta.pl/radio-zet>, [12.09.2020].

²⁷⁶ Andrzej Woyciechowski (1946-1995) był dziennikarzem, korespondentem francuskich dzienników *Libération*, *Le Monde*, współpracował z francuską agencją prasową *Agence France-Presse*, ze stacją radiową *Radio France Internationale*, z sekcją polską BBC i oraz *Radiem Wolna Europa*. Po jego śmierci nadano jednemu z warszawskich skwerów imię Andrzeja Woyciechowskiego.

²⁷⁷ Jest to fragment wspomnień Andrzeja Woyciechowskiego dotyczących początków Radia ZET. Słowa te pochodzą z wywiadu: A. Chrościcka *Nie staram się, żeby współpracownicy mnie lubili*, „Życie Warszawy”, 01.10.1992.

²⁷⁸ P. Kempa, op. cit., s. 190.

²⁷⁹ P. Kempa, op. cit., s. 190.

W latach dziewięćdziesiątych Radio ZET zyskało dużą popularność jako medium informacyjne dzięki obiektywnym przekazom medialnym i niezależnym relacjom. W zwyczaju rozgłośni było przerywanie programu, by wyemitować na antenie tzw. *hot news* i w ten sposób natychmiast przekazać ważne informacje. W czerwcu 1994 roku KRRiT przyznała stacji koncesję umożliwiającą nadawanie ogólnopolskiego programu. W drugiej połowie października 1995 roku zmarł Andrzej Woyciechowski. W wyniku tych dwóch zdarzeń druga połowa lat dziewięćdziesiątych to okres przemian dla Radia ZET. Po pierwsze, stacja rozpoczęła proces formatowania. Po drugie, nowym dyrektorem programowym został Robert Kozyra²⁸⁰. Polityka kierowania stacją Kozyry nastawiona była na wprowadzenie do stacji programów rozrywkowych i zadbanie o wysoki poziom programu muzycznego, którego założeniem jest prezentowanie największych przebojów muzycznych świata. W programie stacji pojawiło się wiele audycji o charakterze rozrywkowym i satyrycznym oraz program muzyczny *Komputerowa lista przebojów*. Ramówka stacji została poszerzona także o nowe programy o charakterze informacyjnym. Początek drugiego tysiąclecia jest dla stacji ZET okresem świetności²⁸¹.

Formatem ustanowionym dla tej stacji jest *Adult Contemporary (AC)* – kierowany głównie do kobiet i mężczyzn w wieku od 30 do 54 lat, a prezentowane w nim gatunki muzyczne to przede wszystkim muzyka rozrywkowa (utwory od lat 70. po współczesność) z wyłączeniem muzyki agresywnej. Program informacyjny nadawany przez tę stację nosi nazwę *Wiadomości Radia ZET*²⁸². Opis tego programu na oficjalnej stronie radiostacji jest następujący: „Najnowsze i najbardziej aktualne wiadomości i informacje z Polski i zagranicy. Słuchaj *Wiadomości Radia ZET* co godzinę i bądź na bieżąco ze wszystkimi aktualnymi wydarzeniami z kraju i ze świata.”²⁸³ Poza programami informacyjnymi oraz muzycznymi na antenie Radia ZET pojawiają się programy rozrywkowe, rozmowy polityczne (*Gość Radia ZET*), programy sportowe oraz programy o tematyce *lifestylowej*.

²⁸⁰ Rober Kozyra był dyrektorem programowym od lipca 1995 do 2009, a w latach 2000-2009 prezesem stacji. Z kolei od 2007 do 2009 roku był zastępcą dyrektora generalnego Eurozet. W 2008 roku założył stację Chilli ZET. Z grupy EuroZET odszedł w 2009 roku. Czołowi dziennikarze stacji zarzucali mu przedmiotowe traktowanie ludzi, autorytaryzm bez autorytetu oraz nieetyczne metody zarządzania tj. zastraszanie, nie negocjowali za to jego wizji rozwoju radia. Dalszą medialną karierę Kozyra rozwijał w telewizji.

²⁸¹ P. Kempa, op. cit., s. 191-193.

²⁸² ZET, <http://www.emsoft.ct8.pl/radio.php?id=9>, [25.09.2020].

²⁸³ *Podcasty wiadomości*, <https://player.radiozet.pl/Podcasty>, [29.09.2020].

1.4.6.1.2 Radio RMF FM

Radio RMF FM, czyli „Radio, Muzyka, Fakty” jest najstarszą polską stacją komercyjną, a obecnie najbardziej popularną stacją ogólnopolską²⁸⁴. To z tą rozgłośnią najbardziej konkuruje Radio ZET. RMF FM powstało 15 stycznia 1990 w Krakowie z inicjatywy Krakowskiej Fundacji Komunikacji Społecznej i francuskiego Radia Fun, które należało do koncernu Roberta Hersanta²⁸⁵. Tego dnia w samo południe w centrum nadawczym Chorągiewka w okolicy Krakowa uruchomiono nadajnik retransmitujący całodobowy program francuskiej stacji. Pierwszym utworem, który został emitowany na falach RMF-u, była piosenka *Africa* zespołu Toto.²⁸⁶ w początkowej działalności nadajnik radia RMF znajdował się na maszcie wspólnym z antenami Polskiego Radia, a studia rozgłośni mieściły się w wynajętych pomieszczeniach hotelu na kopcu Kościuszki. Prezes Krakowskiej Fundacji Komunikacji Społecznej Stanisław Tyczyński²⁸⁷ uruchomił z pomocą francuskiego udziałowca skomputeryzowane studio radiowe, umożliwiające między innymi cyfrowy system zapisu DigiCard, co na tamte czasy było wyróżniającą się nowością. Wiele osób zaangażowanych w tworzenie krakowskiej rozgłośni wcześniej współpracowało z regionalnym oddziałem Polskiego Radia. Założonym celem stacji miało być stworzenie bezstronnego, nowoczesnego medium informacyjnego. Tym, co miało tę stację wyróżnić na tle innych, były: relacje na żywo z miejsca zdarzenia, stały kontakt telefoniczny z odbiorcami, dbałość o wiarygodność dziennikarza oraz zmiana stylu i języka audycji informacyjnych.²⁸⁸ Stacja od początku istnienia miała duże ambicje: poza prowadzeniem dynamicznej i nowoczesnej rozgłośni, celem była ekspansja na cały kraj. Na początku lat dziewięćdziesiątych dwudziestego wieku 40% udziału własności stacji przejął Bank Przemysłowo-Handlowy, pozostałe 60% nadal należało do krakowskiej fundacji. Ówczesnym dyrektorem programowym był Edward Miszczak²⁸⁹, dla którego wyznacznikiem jakości

²⁸⁴ Pokazują to przywołane wcześniej wyniki słuchalności Radia RMF dla okresów: od kwietnia 2019 r. do czerwca 2020 r. oraz od czerwca 2022 r. do sierpnia 2023 r.

²⁸⁵ Robert Hersant (1920-1996) był francuskim politykiem i magnatem prasowym. Jego działalność polityczna związana była z francuską partią polityczną Unia na rzecz Demokracji Francuskiej, będącą federacją wyborczą centrowych ugrupowań i chadeckiej prawicy. Posiadał też liczne udziały na rynku medialnym. Nabył największy francuski dziennik konserwatywny *Le Figaro* i wiele innych francuskich czasopism. Wraz z Silviem Berlusconiem założył stację telewizyjną *La Cinq*. Był udziałowcem polskiego dziennika „Rzeczpospolita”.

²⁸⁶ *Historia. Jak powstało nasze radio?*, <https://30lat.rmfm.tiki-index.php?page=Historia>, [24.01.2021].

²⁸⁷ Stanisław Tyczyński w latach osiemdziesiątych dwudziestego wieku był twórcą podziemnego krakowskiego Radia Solidarność.

²⁸⁸ W. Kubaczewska, M. Hermanowski, *Radio. Historia i współczesność*, Poznań 2008, s. 63

²⁸⁹ Edward Miszczak (ur. 1955 r.) był dyrektorem programowym Radia RMF FM do 1997 roku, kiedy to przeniósł się do nowo powstającej stacji telewizyjnej TVN. Według pracowników był cenionym dyrektorem stacji – wspomagał ich w doskonaleniu warsztatu dziennikarskiego, nie tylko był pomocny w kwestiach

rozgłośni była muzyka – przemyślana, zajmująca nawet 70% czasu antenowego oraz informacja – „atrakcyjna i pogłębiona”²⁹⁰.

Nazwa stacji to pierwotnie akronim zbudowany w oparciu o następujące elementy: Radio Małopolska Fun. Nawiązywała ona do nazwy francuskiej stacji *Radio Fun*, z którą na początku działalności współpracowało radio RMF, uzyskując od francuskiego nadawcy pomoc technologiczną oraz liczne praktyczne informacje dotyczące działania stacji.²⁹¹ Dziś jednak skrótowiec ten utożsamiany jest z hasłem stacji: „Radio. Muzyka. Fakty”.

Aktualnym właścicielem grupy RMF jest niemiecka spółka Bauer Media Invest GmbH, która działa w Polsce od 1991 roku. W skład tego holdingu medialnego wchodzi spółki zajmujące się różnego rodzaju działalnością biznesową: prowadzą wydawnictwa, drukarnie, stacje radiowe i serwisy internetowe. Bauer Media Invest GmbH jest właścicielem następujących czasopism: *Rzeczpospolita*, *Tele Tydzień*, *Życie na gorąco*, *Chwila dla Ciebie*, *Twój Styl*, *Tina*. Oprócz radia RMF posiada stacje radiowe takie jak: RMF MAXXX, skierowaną do młodych słuchaczy w wieku 18-34 lata, RMF Classic dla dojrzałych odbiorców w wieku 30-54 lata o profilu muzyczno-kulturalnym oraz dwie lokalne rozgłośnie: Radio GRA Toruń i Radio GRA Wrocław.²⁹²

Stacja RMF nadaje program muzyczno-informacyjny, a jej profil muzyczny to, tak jak w przypadku Radia ZET, *Adult Contemporary* obejmujący największe przeboje z ostatnich trzech dekad. Grupa docelowa tej rozgłośni to kobiety i mężczyźni w wieku od 25 do 39 lat. RMF FM od wielu lat zajmuje pozycję lidera rynku radiowego w Polsce.²⁹³ *Fakty* to nazwa programu informacyjnego nadawanego przez tę stację. Na oficjalnej stronie rozgłośni widnieje następujący opis: „Najświeższe wiadomości z kraju i świata przygotowywane przez dziennikarzy i korespondentów RMF FM. Polityka, społeczeństwo, sport, kultura, ekonomia i nauka. Relacje na żywo z najważniejszych wydarzeń.”²⁹⁴ Radio RMF FM, oprócz programów informacyjnych (*Fakty*, *Fakty sportowe*, *Fakty kulturalne*, *Fakty ekonomiczne*), oferuje odbiorcy programy muzyczne, rozrywkowe, rozmowy z politykami (*Poranna rozmowa w RMF FM*, *Rozmowa w południe w RMF FM*, *Popołudniowa rozmowa w RMF*

zawodowych, ale również prywatnych. Jest absolwentem technikum elektrycznego w Krośnie i historii na Uniwersytecie Jagiellońskim w Krakowie.

²⁹⁰ Słowa te pochodzą z wypowiedzi Edwarda Miszczaka tuż po otrzymaniu koncesji przez Radio RMF FM (por. K. Sielicki, *Radio z kopca*, „Film-Radio-TV Professional”, 1993 (2), s. 7).

²⁹¹ B. Klimkiewicz, *Krajobraz medialny w Polsce: struktura własności i pluralizm mediów*, [w:] *Własność medialna i jej wpływ na pluralizm oraz niezależność mediów*, red. B. Klimkiewicz, Kraków 2005, s. 70.

²⁹² *Grupa Bauer Media*, <https://30lat.rmfmfm/tiki-index.php?page=Grupa%20Bauer%20Media>, [24.01.2021].

²⁹³ *RMF*, <https://30lat.rmfmfm/tiki-index.php?page=RMF%20FM>, [25.09.2020].

²⁹⁴ *Fakty RMF FM*, <https://www.rmfon.pl/podcasty/fakty>, [25.09.2020].

FM) oraz programy o tematyce sensacyjnej (np. *Dorwać bestię*). Rozmowy Radia RMF stanowią część *Faktów*.

1.4.6.2 Nadawca publiczny

Nadawca publiczny to najdłużej istniejący podmiot medialny w Polsce. Początek polskiej radiofonii, tak jak w innych krajach europejskich, sięga lat dwudziestych dwudziestego wieku. Pierwszych prób emitowania programów podjęło się Polskie Towarzystwo Radiotechniczne w październiku 1924 roku.²⁹⁵ w tym samym roku Ministerstwo Przemysłu i Handlu ogłosiło nabór wniosków od osób fizycznych i prawnych, które ubiegają się o koncesję na zakładanie stacji radiowych na terenie Polski. Wnioskodawców było dziesięciu, a wśród nich: Polskie Towarzystwo Radiotechniczne, Polskie Zakłady Philipsa oraz spółka z ograniczoną odpowiedzialnością *Polskie Radio*²⁹⁶. W sierpniu 1925 roku monopolistyczną koncesję na emitowanie programów uzyskało właśnie Polskie Radio, w konsekwencji czego zostało zobowiązane do zbudowania dwóch radiostacji nadawczych, tworzenia kolejnych w miarę wzrostu liczby odbiorców oraz opłat na rzecz Skarbu Państwa.²⁹⁷ Gdy przyznawano spółce koncesję, w Polsce zarejestrowane były cztery tysiące odbiorników, z czego połowa znajdowała się w Warszawie. Kwiecień 1926 roku to czas²⁹⁸, w którym Polskie Radio pod kierownictwem Zygmunta Chamca oficjalnie rozpoczęło swoją działalność. Pierwsze założenia programowe dotyczyły krzewienia kultury i sztuki oraz emisji muzyki. Z czasem dochodziły takie cele jak: transmisja koncertów, odczytów, emisja audycji dla dzieci oraz komunikatów Polskiej Agencji Telegraficznej, programów gospodarczych i meteorologicznych. Od 1927 roku zaczęto uruchamiać rozgłośnie lokalne. Wybuch II wojny światowej doprowadził do kilkuletniego zastoju w rozwoju polskiej radiofonii, a 30 września 1939 roku, nim cały majątek i zasoby Polskiego Radia przejęli niemieccy okupanci, w eter popłynęły następujące słowa: „Halo, halo, czy nas słyszycie? To nasz ostatni komunikat. Dziś oddziały niemieckie wkroczyły do Warszawy. Braterskie pozdrowienia przesyłamy żołnierzom walczącym na Helu i wszystkim walczącym, gdziekolwiek się jeszcze znajdują. Jeszcze Polska nie zginęła. Niech żyje Polska!”. Odbudowa Polskiego Radia po wojnie musiała się odbyć od podstaw, stacje nadawcze zostały bowiem zniszczone, a wszelkie materiały archiwalne Polskiego Radia wywiezione do Rzeszy. Od 11 sierpnia 1944 roku

²⁹⁵ R. Habielski, *Polityczna historia mediów w Polsce w XX wieku*, Warszawa 2009, s. 95.

²⁹⁶ Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością *Polskie Radio* została założona z inicjatywy Zygmunta Chamca i Tadeusza Sułkowskiego.

²⁹⁷ W. Kubaczewska, M. Hermanowski, op. cit., s. 25.

²⁹⁸ Dokładnie 18 kwietnia 1926 roku o godzinie 17:00 miała miejsce inauguracja działalności nadawczej. „Halo, halo, Polskie Radio Warszawa, fala 480 m²” – to były pierwsze słowa wypowiedziane na antenie Polskiego Radia. Wypowiedziała je spikerka radiowa Janina Sztompkówna.

działała stacja radiowa „Pszczółka”, założona przez Sowietów, a jej głównym zadaniem było informowanie o przebiegu wojny oraz szerzenie komunistycznej propagandy. Sprawujący tymczasowo władzę wykonawczą w kraju Polski Komitet Wyzwolenia Narodowego 22 września 1944 roku powołał Przedsiębiorstwo Państwowe *Polskie Radio*. Programowo podlegało ono Ministerstwu Propagandy i Informacji, a technicznie Ministerstwu Komunikacji, Poczty i Telegrafów. Od 1949 roku istnieje Program Drugi Polskiego Radia, zaś lata pięćdziesiąte to okres intensywnego rozwoju programowego i technicznego polskiej radiofonii. Z kolei, w 1960 roku rozpoczęto nadawanie Programu Trzeciego, eksperymentalnej stacji dla młodzieży. Jej charakter był rozrywkowy. Program Czwarty, o charakterze edukacyjnym, został uruchomiony w 1967 roku.

W okresie Polskiej Republiki Ludowej polska radiofonia była silnie podporządkowana celom propagandowym, co spowalniało jej rozwój. Sytuacja Polskiego Radia uległa jeszcze większemu pogorszeniu, gdy po wprowadzeniu stanu wojennego w Polsce 13 grudnia 1981 roku zamknięto wszystkie stacje z wyjątkiem Programu Pierwszego. Okres do 1989 roku był wzmożeniem reżimu komunistycznego w funkcjonowaniu polskiej radiofonii – wolność dziennikarska była najbardziej ograniczona, wielokrotnie zdarzały się takie sytuacje, w których na antenie radia emitowane były nagrania przygotowane i spreparowane przez służby bezpieczeństwa.²⁹⁹ do 1984 roku władze komunistyczne stopniowo przywracały działanie pozostałych programów. Nastąpiły w związku z tym pewne zmiany organizacyjno-programowe: Program Pierwszy miał charakter powszechny, z nastawieniem na informację i publicystykę, Program Drugi nadawał audycje radiowe i muzyczne, ambitniejsze niż na antenie Jedynki, Program Trzeci skierowany był do młodego słuchacza, zatem przeważała w nim muzyka popularna i rozrywka, Program Czwarty natomiast miał profil edukacyjny i był przeznaczony dla młodzieży szkolnej.³⁰⁰

11 kwietnia 1990 roku, po obradach okrągłego stołu i zmianach ustrojowych w Polsce, zniesiono obowiązującą cenzurę. Zmiany demokratyczne, jakie następowały w kraju, sprawiły, że Polskie Radio utraciło monopolistyczną pozycję na rynku medialnym. 29 grudnia 1992 roku uchwalono ustawę dotyczącą funkcjonowania radia i telewizji w Polsce, nad którą pracowano przeszło trzy lata. Ustawa o radiofonii i telewizji³⁰¹ umożliwiła rozwój prywatnego sektora medialnego. Odnośnie do radiofonii publicznej ustanowiła, że spółki Polskiego Radia (jedna ogólnopolska i siedemnaście regionalnych) są w posiadaniu Skarbu

²⁹⁹ W. Kubaczewska, M. Hermanowski, op. cit., s. 32.

³⁰⁰ Ibidem, s. 33.

³⁰¹ Dz.U. 1993 nr 7 poz. 34.

Państwa. Mają one działać na podstawie kodeksu handlowego, a zarządzają nimi rady nadzorcze oraz kilkuosobowe zarządy. Finansowanie funkcjonowania spółek pochodzi z opłat abonamentowych, sprzedaży czasu reklamowego oraz dotacji ministerialnych. W świetle zapisów ustawy rząd ma nie mieć wpływu na kształt polityki programowej spółki.³⁰²

1.4.6.2.1 Program Pierwszy Polskiego Radia

Uniwersalny charakter Programu Pierwszego Polskiego Radia widoczny jest do dzisiaj. To najstarsza stacja radia publicznego nadająca nieprzerwanie (z wyjątkiem okresu trwania II wojny światowej) od 1926 roku. Jedynka ma charakter oficjalnego, uniwersalnego radia adresowanego do całego społeczeństwa, jednak największą grupę odbiorców PR1 stanowią osoby w wieku 60-75 lat. „Pierwszy Program ma przynosić rzetelną informację (w tym o działaniach władz) i ambitną publicystykę oraz popularyzować kulturę wysoką.”³⁰³ Program informacyjny tej stacji to: *Aktualności*. Opis programu na oficjalnej stronie Polskie Radia brzmi następująco: „Najświeższe informacje z kraju i ze świata”. Na ramówkę PR1 składają się audycje poruszające różnorodne zagadnienia. W ofercie Jedynki wyróżnić można m.in. programy o tematyce³⁰⁴:

- muzycznej: *Folk One* – audycja o charakterze kulturotwórczym, edukacyjnym, misyjnym, wspierająca przede wszystkim polskich twórców muzycznych; *Jeden na godzinę* – prezentacja sylwetek największych gwiazd muzycznych; *Koncertowa Jedynka* – koncerty polskich i zagranicznych artystów; *Magia czarnego krążka* – audycja poświęcona płytom winylowym; *Moja lista przebojów* – 10 najlepszych piosenek mijającego tygodnia; *Muzyczna Jedynka* – audycja muzyczna zawierająca najnowsze utwory.
- literackiej: *Czytam, bo lubię* – felietony Magdy Mikołajczuk o książkach; *Moje książki* – wywiady Magdy Mikołajczuk z pisarzami, tłumaczami i krytykami literackimi.
- ekonomicznej: *Aktualności ekonomiczne* – serwis informacyjny stanowiący przegląd najważniejszych tematów gospodarczych w Polsce i na świecie; *Ekspres gospodarczy* – audycja ekonomiczna sponsorowana przez Bank Pekao;
- rodzinnej: *Czas pogody* – skierowana do osób po 60. roku życia, poświęcona relacjom rodzinnym, więzom międzypokoleniowym oraz radzeniu sobie z upływem czasu;

³⁰² W. Kubaczewska, M. Hermanowski, op. cit., s. 33-34.

³⁰³ K. Kaszewski, *Media o sobie*, op. cit., s. 284.

³⁰⁴ Są to audycje Programu Pierwszego Polskiego Radia na dzień 13.11.2023, które mogłyby być inne niż z początku moich badań. Biorąc pod uwagę tradycyjny charakter tej rozgłośni, można stwierdzić, że wiele tych audycji jest nadawanych na antenie Jedynki od bardzo dawna.

Familijna Jedyńka – magazyn społeczno-religijny przygotowywany przez Naczelną Redakcję Programów Katolickich Polskiego Radia; *Jedyńka dzieciom* – audycje edukacyjne dla dzieci.

- religijnej: *Dziennik Radia Watykańskiego* – serwis informacyjny Radia Watykańskiego, *Kościół w Polsce i na świecie* - ekumeniczna audycja Redakcji Religijnej Polskiego Radia prezentująca różne wspólnoty chrześcijańskie.
- okolicznościowej: audycje specjalne poświęcone narodowym rocznicom, świętom religijnym i innym ważnym uroczystościom czy okolicznościom.
- społecznej: *Bezpieczna Jedyńka* – cykl audycji plenerowych i interwencyjnych poświęconych bezpieczeństwu (osobistemu, na drogach, socjalnemu, prawnemu itp.); *Integracja* – cykl audycji poruszający problemy osób potencjalnie wykluczonych, w tym osób z niepełnosprawnościami.
- historycznej: *Dziedzictwo i pamięć* – historia polskiej myśli narodowej oraz chrześcijańsko-demokratycznej; *Historia żywa* – audycja, której gościem jest prof. Andrzej Nowak, historyk;
- kulturalnej: *Kulturalna Jedyńka* – audycja zawierająca rozmowy z ludźmi kultury i relacje z ważnych wydarzeń kulturalnych, *Magazyn bardzo filmowy* – audycja prezentująca i oceniająca premiery kinowe, przegląd festiwali i filmów.
- motoryzacyjnej: *Jedyńka w drodze* – program słowno-muzyczny z telefonicznym udziałem słuchaczy oraz gości w studiu, poruszający tematy zgłaszane przez kierowców oraz najnowsze informacje z rynku motoryzacyjnego.
- popularno-naukowej: *Eureka* – audycja dotycząca informacji ze świata nauki, np. astronomii, historii, geografii, geologii, socjologii, psychologii itp.
- sportowej: *Gimnastyka poranna* – pięciominutowa audycja pojawiająca się na antenie radia od poniedziałku do piątku o godz. 5:45 wraz ze streamingiem wideo zawierająca krótkie treningi; *Kronika sportowa* – istniejąca od 1954 roku codzienna audycja podsumowująca wydarzenia sportowe.
- turystycznej: *Jedyne takie miejsce* – audycja pokazująca najpiękniejsze miejsca w Polsce;
- folklorystycznej: *Kiermasz* – jedna z najbardziej tradycyjnych audycji PR1, dotyczy polskiej kultury ludowej.
- rolniczej: *AgroFakty* – serwis informacyjny prezentujący informacje dotyczące cen żywności oraz gruntów, a także zmian przepisów odnoszących się do ziemi i hodowli.

- mieszanej: *Cztery pory roku* – najbardziej popularna audycja PR1, w okresie wakacyjnym funkcjonująca pod nazwą *Lato z Radiem*, jej tematyka dotyka aktualnych kwestii istotnych dla przeciętnego obywatela, np. mikrokawalerki, jak uwolnić się od telemarketerów, ekologia cyfrowa, walka z rakiem, nowości filmowe itd.; *Dzień dobry z Jedyneką* – poranna audycja z pobudzającą muzyką i informacjami dotyczącymi zdrowego stylu życia, rolnictwa oraz szeroko pojętych ciekawostek.

Jak widać, oferta programowa radiowej Jedynki jest bardzo różnorodna i dostosowana do grona odbiorców radiostacji. Prezentacja audycji nadawanych na antenie PR1 wskazuje na wartości, które promuje. Są nimi: patriotyzm, poszanowanie tradycji, wiara chrześcijańska, rodzina, edukacja i nauka, pomoc.

1.4.6.2.2 Program Trzeci Polskiego Radia

Program Trzeci Polskiego Radia działa od 1962 roku. Kierowany jest do młodego i średniego pokolenia (największą grupę słuchaczy stanowią osoby w wieku od 40 do 59 lat), choć można powiedzieć, że wiek odbiorców Polskiego Radia wzrasta wraz z wiekiem istnienia rozgłośni. „Znakiem firmowym stacji jest (...) promowanie ambitnej muzyki rozrywkowej”³⁰⁵. W ramówce Trójki znajdują się prawie wyłącznie autorskie audycje, których prowadzący samodzielnie decydują o wyborze utworów muzycznych i formie ich prezentacji – w radiu tym zatem można usłyszeć niemal wszystkie utwory muzyczne. Przypisany format muzyczny tej stacji to *Adult Alternative*. Trzeba wspomnieć, że znaczna część stałych miłośników Trójki przestała słuchać tego programu po kryzysie o charakterze społeczno-politycznym i odejściu ze stacji najbardziej rozpoznawalnych radiowców³⁰⁶, którzy byli duszą tej stacji i tworzyli wyjątkową atmosferę. *Serwis Trójki* to nazwa programu informacyjnego rozgłośni.

Ramówka *Trójki* ma zdecydowanie bardziej muzyczny charakter. W tym zakresie audycje dotyczą wielu gatunków np. popu, jazzu, rocka, zawierają muzykę współczesną, jak i tę od lat 70. Przykładowe programy muzyczne to: *AnagrammarganA*, *Apteka nocna*, *Białe szumy*, *Cały ten rock*, *Departament rytmu*, *Dym na wodzie*, *Gdzie Grabek mówi dobranoc*,

³⁰⁵ Ibidem, s. 285.

³⁰⁶ Po konflikcie dziennikarzy z zarządem Trójki w wyniku usunięcia z listy przebojów piosenki Kazika *Mój ból jest lepszy niż twój* niektórzy dziennikarze odeszli z radia i założyli niezależne rozgłoszenie internetowe, zabierając w ten sposób rzesze stałych odbiorców Trójki i obniżając jej słuchalność. Na skutek rozłamu powstałe dwie stacje internetowe: Radio 357 utworzone przez Marka Niedźwieckiego, Kubę Strzyczkowskiego, Piotra Stelmacha, Katarzynę Borowiecką, Marcina Łukawskiego, Krystiana Hanke, Michała Olszańskiego, Pawła Sołtysa, Tomasza Michniewicza i wielu innych. Ma być świeżą, odważną i opiniotwórczą stacją formą i treścią nawiązującą do dawnej Trójki. Stacja ta istnieje od stycznia 2021. Druga stacja to Radio Nowy Świat – zostało założone przez Wojciecha Manna, Magdę Jethon, Annę Krakowską, Jana Chojnackiego i Krzysztofa Łuszczewskiego. Celem tej rozgłośni jest stworzenie pierwszego radia komercyjnego z misją. Rozgłoszenia istnieje od 10 lipca 2020. Obie stacje są finansowane przez dobrowolne wpłaty słuchaczy lub firm prywatnych.

GH+, *Laboratorium innych częstotliwości*, *Lista przebojów*, *Muzyczne rozmowy*, *Ranny wzmacniacz*, *Trzy kwadransy jazzu*, *Trzy strony dźwięku*. Niektóre audycje Programu Trzeciego Polskiego Radia dotyczą kultury – mówią o teatrze, literaturze, filmach i radiowych słuchowiskach (np. *Fajny film*, *Proza czytana w Trójce*, *Scena teatralna Trójki*, *Trójkowo filmowo*, w *antrakcie*, *Trójka przed południem*). Część z nich realizuje funkcję edukacyjną. Liczną grupę programów stanowią audycje ekonomiczne (np. *Ekonomia w Trójce*, *Informator ekonomiczny*, *Winien i ma*) oraz poruszające różnorodne tematy związane z Europą i Unią Europejską (np. *Euranet Plus*, *Puls Europy*, *Unia pod lupą*, *Żyjemy w Europie*). Trójka oferuje również audycje poświęcone sportowi profesjonalnemu i amatorskiemu oraz zdrowemu stylowi życiowi – *Biegam, bo lubię*, *Kierunek długowieczność*, *Trzecia strona medalu*. Oprócz tego radiostacja emituje audycję o bezpieczeństwie na drodze (podobnie jak Jedynka) – *Po drodze z Trójką*, historyczną – *Niezła historia*, autotematyczną o informacji w mediach – *News albo fake news* oraz przeznaczoną dla dzieci – *Zagadkowa niedziela*. Ważne miejsce w ramówce PR3 zajmują programy publicystyczne, tj. *Podsumowanie dnia*, *Salon polityczny Trójki*, *Reportaż*, *Świat do trzeciej*, *Zapraszamy do Trójki* – w różnych formach, np. wywiadu, reportażu. Zawierają one komentarze do najnowszych wydarzeń z Polski i ze świata.³⁰⁷ Co więcej, Trójka słynie między innymi z koncertów muzycznych. W studio (znanym ze świetnej akustyki) znajdującym się w gmachu Polskiego Radia przy ul. Myśliwieckiej 3/5/7 odbywają się na żywo koncerty muzyczne emitowane na antenie radia w ramach audycji *Koncert w Trójce* lub *Trójka live*.³⁰⁸

Poruszając kwestię nadawcy publicznego, należy wspomnieć o Informacyjnej Agencji Radiowej, która jest największą na polskim medialnym rynku elektroniczną agencją informacyjną.³⁰⁹ Powstała w 1992 roku. Funkcjonuje w formie *newsroomu* jako jednostka organizacyjna Polskiego Radia S.A.³¹⁰ Głównym przeznaczeniem informacji z kraju i ze świata przetworzonych przez IAR są anteny radia publicznego, to jest: Program Pierwszy, Program Drugi, Program Trzeci, Program Czwarty, Polskie Radio 24, Polskie Radio dla Zagranicy oraz rozgłośnie regionalne. Z produktów publicznej agencji radiowej korzystają media polonijne, instytucje rządowe, ministerstwa, urzędy centralne, a także rozgłośnie radiowe, stacje telewizyjne oraz portale internetowe.³¹¹ Jedną ze stacji radiowych, która współpracuje z Informacyjną Agencją Radiową, jest Radio Niepokalanów. Ze strony

³⁰⁷ *Audycje*, <https://trojka.polskieradio.pl/audycje>, [10.01.2024].

³⁰⁸ *Koncert w Trójce*, <https://trojka.polskieradio.pl/audycja/319>, [10.01.2024].

³⁰⁹ IAR, <https://www.polskieradio.pl/78,Informacyjna-Agencja-Radiowa>, [25.01.2021].

³¹⁰ *Historia*, <https://www.polskieradio.pl/78,Informacyjna-Agencja-Radiowa/6237,Historia>, [25.01.2021].

³¹¹ IAR, <https://www.polskieradio.pl/78,Informacyjna-Agencja-Radiowa>, [25.01.2021].

internetowej IAR można się dowiedzieć, że dziennie agencja wytwarza ponad 450 informacji, do których należy około 300 materiałów dźwiękowych: relacji, wypowiedzi korespondentów krajowych i zagranicznych. Agencja oferuje także gotowe do emisji serwisy informacyjne.³¹² Dyrektorem redaktorem naczelnym jest Wojciech Cegielski.³¹³ Informacyjna Agencja Radiowa tworzy serwisy, opierając się na ponad trzydziestu reporterach krajowych i dwudziestu korespondentach zagranicznych oraz specjalnych wysłannikach docierających do miejsc na całym świecie, gdzie dzieje się coś istotnego. Ponadto agencja ta jest w stałym kontakcie z najważniejszymi osobistościami życia społecznego i politycznego, a także z instytucjami krajowymi i zagranicznymi. IAR współpracuje z głównymi światowymi agencjami prasowymi: AFP i Reuters oraz krajowymi PAP i KAI. Agencja oferuje serwisy tekstowe i dźwiękowe albo gotowe do emisji dzienniki, które poruszają najistotniejsze wydarzenia polityczne, gospodarcze, kulturalne, społeczne oraz sportowe.³¹⁴

1.4.6.3 Nadawca społeczny

1.4.6.3.1 Katolicka doktryna medialna

W polskich realiach medialnych nadawca społeczny w głównej mierze dotyczy rozgłośni związanych ze środowiskami kościelnymi, dlatego warto nawiązać do katolickiej doktryny medialnej, która kształtuje podejście Kościoła Katolickiego do mediów masowych. Już od XVI wieku, po pojawieniu się pierwszych druków, zaczęło się kształtować stanowisko Kościoła wobec mediów. Uznał on, że choć samo wynalezienie druku ma wiele zalet, to jednak może się wiązać z pewnym zagrożeniem polegającym na popularyzowaniu szkodliwych treści. Dlatego też, podobnie jak władze świeckie, kler dokonywał kontroli tekstów drukowanych w poczuciu obowiązku troszczenia się o wiernych, Kościół, a także ład społeczny.³¹⁵ Na początku XX wieku, kiedy środki masowego przekazu stały się nieodłącznym elementem społeczeństwa, Kościół Katolicki dostrzegł potencjał mediów, zwłaszcza radia, do celów ewangelizacyjnych, dlatego też walkę Kościoła z mediami zastąpiła walka o media. Jak pisze Katarzyna Pokorna-Ignatowicz, znaczącym okresem dla rozwoju katolickiej doktryny medialnej był pontyfikat Piusa XII, który stworzył podwaliny dla nurtu myśli teologicznej poświęconej komunikowaniu. Stwierdził on, że media są dobrym narzędziem otrzymanym od Boga przez człowieka, który może je wykorzystywać nie zawsze

³¹² IAR, <https://www.polskieradio.pl/78,Informacyjna-Agencja-Radiowa>, [25.01.2021].

³¹³ *Zespół*, <https://www.polskieradio.pl/78,Informacyjna-Agencja-Radiowa/964,Zespól>, [11.01.2024].

³¹⁴ IAR. *Więcej*, <https://www.polskieradio.pl/78,Informacyjna-Agencja-Radiowa/6236,Wiecej>, [25.01.2021].

³¹⁵ K. Pokorna-Ignatowicz, *Katolicka doktryna medialna: historia, główne tezy, dokumenty*, „Teorie Komunikacji i Mediów”, 2009 (1), s. 111.

w dobrym celu, stąd Kościół musi sprawować kontrolę nad sposobem ich wykorzystywania. Bardziej nowatorskie podejście do mediów zaprezentowano podczas Soboru Watykańskiego II (1962-1965) – jednym z szesnastu posoborowych dokumentów był dekret *Inter mirifica*. Choć dokument wyłącznie podsumowywał dotychczasowe rozważania na temat mediów, odegrał istotną rolę, ponieważ jego przyjęcie podkreślało uznanie przez Kościół wagi problematyki komunikacji medialnej. W 1971 roku ukazał się dokument *Instrukcja duszpasterska o środkach społecznego przekazu – Communio et progressio*. Kolejną również istotną instrukcją jest dokument *Aetatis novae*. Oba te pisma stanowią wykładnię współczesnego nauczania Kościoła dotyczącego mediów.³¹⁶

Fundamentalnym stwierdzeniem katolickiej doktryny medialnej jest teologiczna akceptacja mediów, rozumiana jako uznanie ich za „dar Boży”. Media są zatem narzędziem komunikacji społecznej, której celem jest „ułatwienie odbiorcom poznania rzeczywistości oraz łączenie ludzi, budowanie wzajemnego porozumienia między ludźmi, jednostkami i społecznościami (*communio*), co jest drogą do budowania ogólnoludzkiej wspólnoty, a ta z kolei postępowaniem w drodze do zbawienia.”³¹⁷ Wspomniane wyżej dokumenty poruszają kwestię roli mediów. Zgodnie z nauczaniem Kościoła media pełnią następujące funkcje (zaprezentowano je w porządku od najważniejszych do mniej kluczowych):

- funkcja integrująca – media są przestrzenią wymiany informacji, która może doprowadzić do wzajemnego poznania, zrozumienia problemów i kooperacji w ich przezwyciężaniu. Są zatem narzędziem dialogu i odgrywają istotną rolę w budowaniu pokoju na świecie.
- funkcja edukacyjna – dzięki mediom ludzie zdobywają cenne informacje z różnych dziedzin nauki, co pozwala im lepiej zrozumieć otaczający świat i lepiej w nim funkcjonować. Ponadto media uczą aktywnego funkcjonowania w życiu publicznym, dlatego odgrywają też rolę uspołeczniającą.
- funkcja kulturotwórcza – dzięki popularyzowaniu przez media osiągnięć kultury społeczeństwo ma do niej dostęp.
- funkcja rozrywkowa – Kościół nie odrzuca treści medialnych o charakterze rozrywkowym, a wskazuje, że odpowiednia rozrywka może człowieka odprężyć.³¹⁸

³¹⁶ Ibidem, s. 111-112.

³¹⁷ Ibidem, s. 114.

³¹⁸ Ibidem, s. 114-115.

W katolickiej doktrynie medialnej podkreśla się także zagrożenia płynące z niewłaściwego korzystania z mediów. Zwraca się szczególną uwagę na nadmierną komercjalizację przekazów medialnych, która doprowadza do tego, że odbiorcy w większym stopniu skupiają się na tym, co wzbudza emocje, a nie na tym, co jest rzeczywiście ważne. Co więcej, dla wielu odbiorców, zwłaszcza młodego pokolenia, media stają się najsilniejszym autorytetem, przez co odbierają oni świat medialny jako realny.³¹⁹

Katolicka doktryna medialna wyjaśnia, dlaczego Kościół Katolicki musi się interesować mediami i korzystać z nich w swojej działalności ewangelizacyjnej. Kościół musi być „zanurzony w ziemskiej rzeczywistości”, więc powinien posiadać wiedzę o współczesnym świecie i współczesnym człowieku, który informacje czerpie przede wszystkim z mediów.³²⁰

W oparciu o tę doktrynę powstają katolickie stacje radiowe, które nadają całodzienny lub całodobowy program. Choć prymarną funkcją takich stacji jest ewangelizacja, zawierają one także treści świeckie, stając się odpowiednim dla katolików substytutem mainstreamowych mediów. W wyniku tego w ramówce stacji katolickich można znaleźć programy informacyjne o ogólnym charakterze. Fakty te stanowią determinanty tematyki i kształtu serwisów.

1.4.6.3.2 Radio Maryja

Ogólnopolskie, katolickie Radio Maryja z siedzibą w Toruniu prowadzone przez ojców redemptorystów stanowi misyjne dzieło Zakonu³²¹. Jego twórcą i kierownikiem jest ojciec Tadeusz Rydzik. Rozgłośnia została założona 8 grudnia 1991 roku w Toruniu przez zakonników ze Zgromadzenia Najświętszego Odkupiciela (redemptorystów), w okresie przemian demokratycznych w Polsce. W latach dziewięćdziesiątych, gdy pogłębiał się chaos restrukturyzacyjny Polskiego Radia i toczyła się wielka debata społeczna na temat kształtu polskiej konstytucji, rozgłośnia zdobywała coraz większe znaczenie pośród polskich katolickich słuchaczy.³²² Od początku swojego istnienia Radio Maryja prezentowało radykalne i odważne, w stosunku do współczesnych poglądów, opinie, dzięki czemu stworzyło wokół siebie silny krąg odbiorców – konserwatywnych katolików o jasno sprecyzowanych poglądach politycznych i społecznych. Idee promowane na falach Radia Maryja sięgały czasów przedsoborowych lub nawiązywały do tradycji endeckiej i ideologii stworzonej przez obóz Narodowej Demokracji skupiający się wokół postaci Romana

³¹⁹ Ibidem, s. 114.

³²⁰ Ibidem, s. 118-119.

³²¹ D. Frelichowska, *Ojcowie Redemptoryści i ich Radio Maryja*, Toruń 1999, s. 90.

³²² *Czego nas uczy Radio Maryja?*, red. I. Krzemiński, Warszawa 2009, s. 7.

Dmowskiego. Ze względu na swoje skrajne i nienowoczesne koncepcje rozgłośnia spotkała się z licznymi atakami ze strony mediów lewicowych oraz tych, którzy wówczas byli odpowiedzialni za *establishment* dyskursu publicznego.³²³ do dziś Radio Maryja boryka się ze swoim niespójnym wizerunkiem – oprócz oddanych słuchaczy tworzących „Rodzinę Radia Maryja” istnieje grupa jawnie krytykująca działalność stacji i jej założyciela. Krytyka rozgłośni nie ma miejsca wyłącznie w środowiskach lewicowych, ale także w grupach reprezentujących prawicowe poglądy i pośród przedstawicieli Kościoła Katolickiego. Choć dostrzega się walor religijno-modlitewny programu Radia Maryja, to jednocześnie zarzuca się toruńskiej rozgłośni rozpowszechnianie niewłaściwych treści polityczno-społecznych, lansowanych zwłaszcza przez ojca dyrektora. Na przełomie tysiącleci doszło do ostrej dyskusji pośród kościelnych hierarchów na temat oceny funkcjonowania Radia Maryja. Kardynał Józef Glemp, ówczesny Prymas Polski, w 1997 roku wystosował list do prowincjała redemptorystów w sprawie Radia Maryja, w którym sugerował konieczność odsunięcia ojca Rydzyka od funkcji kierowniczych w stacji. Dostrzegał i zachwalał religijną misyjność radia, jednocześnie pisał: „Módlmy się wspólnie o rozwój dobra, szczególnie przez radia katolickie. Niech w naszych audycjach więcej będzie Chrystusa, a mniej osobistych ambicji.”³²⁴ Głos w sprawie Radia Maryja zabrał nawet Papież Benedykt XVI, który w 2005 roku na pierwszym spotkaniu z polskimi biskupami wyraził opinię, iż Radio Maryja narusza ważne treści religijne. Żadne z tych działań nie miało jednak konsekwencji organizacyjno-programowych, a można stwierdzić, że nawet przyczyniły się do umocnienia samodzielnej roli ojca Rydzyka i Radia Maryja. Rozgłośnia wzmocniła swoją pozycję nie tylko jako opiniotwórczy ośrodek katolicki, ale także zaplecze wyborcze partii politycznych.³²⁵ Wynik wyborów parlamentarnych i prezydenckich w Polsce, czyli wygrana PiS-u, to w pewnym stopniu zasługa poparcia tego stronnictwa przez Radio Maryja.³²⁶ Jest rozgłośnią religijną o największym zasięgu w Polsce. Odbiorcy stanowią grupę osób w wieku od 40 do 75 lat. Nazwa audycji informacyjnej tej stacji to: *Serwis Informacyjny Radia Maryja*.³²⁷

³²³ Krytyka rozgłośni pojawiała się między innymi na łamach *Gazety Wyborczej*. Dyskusja nad Radiem Maryja pojawiła się także w prasie prawicowej *Życie*.

³²⁴ List Prymasa Polski do prowincjała redemptorystów w sprawie o. Rydzyka i Radia Maryja napisany na Jasnej Górze 25 listopada 1997 roku. Był on omawiany na 292. Zebraniu Plenarnym Konferencji Episkopatu Polski. 1 grudnia 1997 roku został przekazany Katolickiej Agencji Informacyjnej i przez nią udostępniony.

³²⁵ *Czego nas uczy Radio Maryja*, op. cit., s. 7.

³²⁶ *Ibidem*, s. 11.

³²⁷ Zachowano oryginalną pisownię, jednakże nazwa tej audycji na stronie internetowej radiostacji zapisywana jest dwójako, również jako: *Serwis informacyjny*. Niespójność stosowania wielkich i małych liter wyrazów w nazwach dotyczy również innych audycji Radia Maryja (por. <https://radiomaryja.pl/>, [12.01.2020]). Niespójność dotyczy też brzmienia samej nazwy, ponieważ w materiale badawczym prowadzący czasem używają pojęcia *wiadomości*.

1.4.6.3.3 Radio Niepokalanów

Początek Radia Niepokalanów sięga okresu dwudziestolecia międzywojennego.³²⁸ Zostało założone przez ojców franciszkanów z Niepokalanowa, a jego pomysłodawcą był święty Maksymilian Maria Kolbe³²⁹, zafascynowany wynalazkami technologicznymi, dostrzegając w nich bowiem potencjał szybkiego i masowego dotarcia do ludzi. Należy nadmienić, że ówczesne radio nie było rozpowszechnione w Polsce, a oferowane rozwiązania technologiczne były skomplikowane i niesolidne. Kolbe pomimo to usilnie starał się uzyskać koncesję na nadawanie programu od utworzonej w 1925 roku spółki z ograniczoną odpowiedzialnością Polskie Radio. Nie było to jednak łatwe. Franciszkanie, nie czekając na zezwolenie z ministerstwa, zbudowali w Niepokalanowie jednopiętrowy budynek, w którym miała się znaleźć stacja radiowa, a 8 grudnia 1938 roku nadali pierwszą próbną audycję. Oficjalna nazwa rozgłośni brzmiała: *SP 3 Radio Niepokalanów*, a jej sygnałem radiowym był fragment melodii pieśni: *Po górach dolinach*. Radio z Niepokalanowa do drugiej wojny światowej nie uzyskało formalnej zgody na regularne emitowanie programu. Do czasu otrzymania pisemnego potwierdzenia możliwości nadawania rozgłośni, bracia wyemitowali jedynie dwie próbne audycje. Kolbe zarzucał przeciwnikom Kościoła Katolickiego opieszałość w wydaniu zgody oraz działania mające na celu zahamowanie funkcjonowania stacji. Jednak realnym czynnikiem mającym wpływ na brak zgody uzyskania koncesji mogła być obawa, że franciszkańskie radio stanie się konkurencją dla Radia Warszawa, bowiem wydawnictwo z Niepokalanowa działało wówczas prężnie i profesjonalnie. Po wojnie radio reaktywowało swoją działalność dopiero w połowie lat pięćdziesiątych, kiedy to na polskim rynku medialnym pojawiła się przestrzeń dla prywatnych nadawców.

Kolbe wielokrotnie podkreślał misyjność i znaczenie radia. W *Małym Dzienniku* pisał: „Milicja Niepokalanej posługuje się wszelkimi godziwymi środkami w dopomaganiu duszom

³²⁸ Poniższy fragment opisujący historię Radia Niepokalanów napisano w oparciu o *Historię uruchomienia Radia Niepokalanów*, autorstwa o. Paulina Sotowskiego OFMConv. Tekst ten jest częścią audycji „Opowieści o świętym Maksymilianie” (audycja nr 41 emitowana w Radiu Niepokalanów, 12.11.2009 r.), (por. <https://radioniepokalanow.pl/historia/>, [12.01.2020]).

³²⁹ Franciszkanin Maksymilian Maria Kolbe żył w latach 1894-1941. Był doktorem filozofii i teologii. Jego działalność zakonna dotyczyła przede wszystkim propagowania kultu Matki Bożej Niepokalanie Poczętej, a głównym miejscem działalności był klasztor franciszkanów i sanktuarium maryjne Niepokalanów, znajdujący się w okolicach Warszawy. Narzędziami ewangelizacji stały się dla niego media – prasa oraz radio. Założył związek duszpasterski *Millitia Immaculatae (Rycerstwo Niepokalanej)*, które funkcjonuje do dzisiaj na całym świecie. Rozpoczął również wydawanie miesięcznika *Rycerz Niepokalanej, Małego Dziennika* oraz pisma skierowanego do dzieci *Rycerzyk Niepokalanej*. Oba skierowane do dorosłych odbiorców pisma oprócz tematów religijnych poruszały te społeczne, polityczne i kulturalne. Maksymilian Kolbe zginął śmiercią męczeńską w obozie koncentracyjnym w Auschwitz-Birkenau w 1941 roku, dobrowolnie zgłaszając się na śmierć za jednego ze współwięźniów.

do ich zbawienia i uświęcenia przez Niepokalaną. Poza działaniem bezpośrednim i prasą, potężnym środkiem stało się dzisiaj radio; nie może więc Rycerstwo Niepokalanej o tym nie pamiętać”. Z kolei tak przemawiał do współbraci 8 grudnia 1938 roku:

Niepokalana daje ten środek, by dla tych, co czytać nie umieją, albo mają daleko do kościoła, można było pracować przez fale eteru. (...) Radio (...) jest jednym z ważniejszych środków rozwijania działalności MI [*Militia Immaculatae*]. Obok niego także kino, telewizja... Te wynalazki są dobre same w sobie i powinny służyć najpierw dla celów Bożych, a później – ludzkich. Dziś jest inaczej: najpierw te i owe wynalazki uczynią dużo złego, a później dopiero my z nich korzystamy. Jest to niewłaściwe. I zasługivalibyśmy na naganę, gdybyśmy dali się w tym ruchu korzystania z wynalazków wyprzedzić.³³⁰

1 września 1994 roku ojcom franciszkanom, czyli Prowincji Zakonu Braci Mniejszych Konwentalnych, ostatecznie udało się uzyskać koncesję na rozpowszechnienie lokalnego programu radiowego o charakterze społeczno-religijnym.³³¹ Obecnie obowiązująca koncesja³³² została wydana 16 lipca 2021 roku na okres od 1 września 2021 roku do 31 sierpnia 2031 roku.³³³ Program jest nadawany codziennie przez dwadzieścia cztery godziny. Z decyzji przewodniczącego KRRiT wynika, że charakter programu ma być społeczno-religijny. Jego celem jest pogłębienie życia chrześcijańskiego radiosłuchaczy, edukacja w zakresie historii i współczesności chrześcijaństwa, a także przekazywanie pełnych, aktualnych informacji z życia Kościoła.³³⁴ Ważnym zadaniem wynikającym z koncesji jest kształtowanie współczesnej świadomości chrześcijańskiej poprzez przedstawianie problemów ekumenicznych, ważnych kwestii społecznych, obywatelskich, zwrócenie uwagi na rolę rodziny. Program franciszkańskiej rozgłośni ma również ukazywać dorobek kultury i sztuki sakralnej, jak i świeckiej w Polsce i na świecie. Wnioskodawca zadeklarował, że w programie będzie unikał: „hałasu, polityki i niezdrowej sensacji”³³⁵. Nadawca zobowiązał się do realizacji ustalonego programu poprzez emisję audycji słownych i innych przekazów tego typu w godzinach od 6.00 do 23.00 w minimalnym czasie 12% tygodniowego czasu nadawania, czyli dwudziestu godzin tygodniowo. Radio Niepokalanów posiada zgodę na reklamy, jednak ich łączny czas nie może przekroczyć 28 minut w ciągu doby, w tym nie

³³⁰ Wypowiedź Maksymiliana Kolbego 8 grudnia 1938 roku podczas mszy świętej. (por. *Historia*, <https://radioniepokalanow.pl/historia/>, [20.01.2024]).

³³¹ Koncesja Nr 0053/94-R.

³³² Na dzień 11.01.2024.

³³³ Koncesja Nr 451/K/2021-R.

³³⁴ Koncesja Nr 483/2011-R.

³³⁵ Koncesja Nr 483/2011-R.

więcej niż 3 minuty w ciągu godziny. Zgodnie z wnioskiem przesłanym do KRRiT program radiowy jest kierowany do szerokiego grona odbiorców – młodzieży i dorosłych z wykształceniem średnim i wyższym, do osób wierzących, a także poszukujących Boga.

Rozgłośnia przygotowuje program odbiegający od formuły konfesyjnej i oscyluje wokół dorobku intelektualnego św. Maksymiliana oraz ojców Kościoła. W swojej ofercie posiada program dla osób, które identyfikują się z cywilizacją łacińską, poza tym oferta porusza zjawiska społeczne, gospodarcze, kulturalne i polityczne w oparciu o chrześcijańską wizję człowieka.³³⁶

Religijna część programu zawiera modlitwy, transmisje mszy świętych i nabożeństw, rozważania biblijne, fragmenty wystąpień hierarchów kościelnych, prezentuje dogmaty wiary oraz udostępnia świadectwa wiary. Problemy społeczne poruszane są w audycjach edukacyjno-poradniczych, informacyjnych, publicystycznych, literackich i rozrywkowych. Cykl programów obejmuje również temat języka polskiego – jego poprawności³³⁷, a także historii Polski, turystyki regionalnej i czytelnictwa. W programie znaleźć można audycje edukacyjne poświęcone historii muzyki rozrywkowej i muzyce klasycznej. Zamierzona muzyka w programie to przede wszystkim utwory muzyki chrześcijańskiej, ale także popularne piosenki z lat 70., 80., 90., współczesna muzyka rozrywkowa oraz muzyka klasyczna. Przyglądając się bliżej ramówce stacji, można zauważyć różnorodność tematyczną audycji, które odpowiadają zamierzeniom programowym założonym we wniosku nadawcy o uzyskanie koncesji. Jednym z takich planów są audycje informacyjne, które według koncesji mają stanowić 7,5% tygodniowego czasu nadawania programu w godzinach 6:00-23:00. Informacyjny charakter rozgłośni jest realizowany poprzez następujące audycje: *Informacje z życia Kościoła*, *Serwis Radia Watykańskiego* oraz *Wiadomości*.

Wiadomości to najczęściej występujący program informacyjny na antenie Radia Niepokalanów. Jest on emitowany codziennie o następujących godzinach: 7:00, 8:00, 9:00, 10:00, 12:10 (po modlitwie *Anioł Pański*), 13:00, 14:00, 16:00, 17:00, 18:00 i 19:00. Jak można zauważyć, o niektórych pełnych godzinach nie ma serwisów informacyjnych, ponieważ mają wtedy miejsce różne modlitwy: transmisja mszy świętej z Niepokalanowa, transmisja modlitwy koronki do Miłosierdzia Bożego z krakowskich Łagiewnik, transmisja Apelu Jasnogórskiego oraz modlitwa różańcowa na antenie radia. Na stronie internetowej rozgłośni brak jakichkolwiek informacji poświęconych programowi *Wiadomości*. Słuchając

³³⁶ *Popularna encyklopedia mass mediów*, op. cit., s. 451.

³³⁷ Cel ten realizuje audycja *Sowo o słowie*, w której profesor Jerzy Bralczyk odpowiada na pytania słuchaczy dotyczące poprawności języka polskiego. Audycja emitowana jest codziennie o 7:40 i 14:40 i trwa około 5 minut.

serwisów, można się jednak dowiedzieć, że Radio Niepokalanów nie posiada własnej redakcji informacyjnej, a informacje przygotowuje dla rozgłośni Informacyjna Agencja Radiowa³³⁸, ta sama, która wytwarza newsy dla Polskiego Radia.

³³⁸ Więcej informacji o Radiowej Agencji Informacyjnej znajduje się na stronie nr 83.

2. Kod komunikacji w układach nadawczo-odbiorczych

2.1 Układy nadawczo-odbiorcze

Grażyna Stachyra twierdzi, że współcześnie większe znaczenie w funkcjonowaniu gatunków medialnych mają relacje nadawczo-odbiorcze niż sama forma gatunku.¹ Wobec tego w niniejszym rozdziale zaprezentowane zostaną układy nadawczo-odbiorcze występujące w badanych programach radiowych. Jednym z obszarów badań występowania gatunków w przestrzeni medialnej jest analiza relacji zachodzących pomiędzy odbiorcami i nadawcami w określonej medialnej sytuacji komunikacyjnej. Na jej kształt mają wpływ określone czynniki sytuacji komunikacyjnej. Sam termin *sytuacja komunikacyjna* w badaniach nie był często definiowany.² Do jej podstawowych składników należy zaliczyć nadawcę, odbiorcę i sam komunikat, rozumiany jako przekaz.³ Uwarunkowania zróżnicowania tekstów mówionych mogą stanowić składniki fizyczne (narzędzia i warunki przekazu: kod obrazowo-dźwiękowy, dźwiękowy, liczba uczestników komunikacji, obecność niemych świadków, miejsce, czas), społeczne (cechy socjalne partnerów rozmowy, typy relacji między partnerami – równorzędna, nierównorzędna) i merytoryczne (charakterystyka i klasyfikacja tematów warunkujących słownictwo i składnię tekstu).⁴ Wśród pozostałych komponentów należy wskazać: wymiennosc ról odbiorczo-nadawczych, czas i miejsce nadawania komunikatów oraz kod przekazu.

Zanim jednak zostaną opisane powyższe elementy komunikacji w obrębie radiowych serwisów informacyjnych, zaprezentowane będą w sposób bardzo uproszczony segmenty budujące radiowe serwisy informacyjne analizowanych radiostacji. Struktura jest nieodłącznym elementem każdego gatunku medialnego, ponieważ pomaga w organizacji treści i wpływa na sposób, w jaki odbiorcy przyswajają informacje. Zachowanie odpowiedniej struktury pozwala na przyporządkowanie tekstu do konkretnego gatunku, choć różne są jego realizacje ze względu na to, że ulegają one ewolucji uwarunkowanej między innymi kreatywnością i talentem dziennikarskim nadawcy, wymaganiami stawianym przez odbiorcę

¹ G. Stachyra, *Współczesne gatunki radiowe jako konglomeraty i kolekcje*, [w:] *E-gatunki. Dziennikarz w nowej przestrzeni komunikowania*, red. W. Godzic, Z. Bauer, P. Wieczorek, Warszawa 2015, s. 45.

² K. Sitkowska, *Słowo w komunikacji telewizyjnej. Strategie nadawczo-odbiorcze*, Łódź 2013, s. 40.

³ J. Wasilewski, *Medium jako remedium: Nowe media, stare sytuacje komunikacyjne*, s. 1.

⁴ Schemat ten opracowała K. Pisarkowa. Rozpatrzyła ona różne składniki pozajęzykowego tła, w którym rozgrywa się określony akt mowy. (Podaję za: B. Dunaj, *Sytuacja komunikacyjna a zróżnicowanie polszczyzny mówionej*, „Język Polski”, 1985 (2-3), s. 88-98).

oraz rozwojem technologii medialnych. Poniższa tabelka prezentować będzie zatem uproszczoną strukturę wszystkich analizowanych serwisów. Jej celem jest ogólne zapoznanie z budową radiowych serwisów informacyjnych i wprowadzenie w bardziej szczegółową analizę gatunku.

W świetle umieszczonych w poniższej tabeli informacji można stwierdzić, że radiowe serwisy informacyjne to zbiór newsów zespolonych ze sobą dziennikarskimi komunikatami o charakterze metatekstowym oraz krótkich melodii czy słowno-muzycznych przerywników. W toku niniejszych badań, których głównym celem jest określenie wpływu typu nadawcy medialnego na realizację radiowego serwisu informacyjnego, warto rozważyć pragmatyczny i językowy kształt wspomnianych elementów stanowiących obudowę serwisów w badanych rozgłośniach. Są to części audycji, w których uwidacznia się relacja nadawczo-odbiorcza.

Tab. nr 6: Uproszczony schemat struktury analizowanych radiowych programów informacyjnych

STACJA	<i>Aktualności PR1</i>	<i>Serwis PR3</i>	<i>Fakty RMF FM</i>	<i>Wiadomości Radia ZET</i>	<i>Serwis Radia Maryja</i>	<i>Wiadomości R. Niepokalanów</i>
OGÓLNY SCHEMAT	<ul style="list-style-type: none"> - dźwięk serwisu; - komunikat: <i>Aktualności radiowej Jedyńki. Imię i nazwisko prowadzącego;</i> - jednozdaniowa zapowiedź newsów (każda zapowiedź oddzielana sygnałem dźwiękowym); - dźwięk serwisu; - news; - dźwięk serwisu; - news; - dźwięk serwisu; - news; 	<ul style="list-style-type: none"> - dźwięk serwisu; - komunikat: <i>Program Trzeci Polskiego Radia. Dzień tygodnia. Dzień miesiąc. Minęła [godzina];</i> - komunikat: <i>Imię i nazwisko prowadzącego – zapraszam na Serwis Trójki. / Imię i nazwisko. Zapraszam na serwis – zmienne w zależności od prowadzącego;</i> 	<ul style="list-style-type: none"> - zapowiedź serwisu (przed rozpoczęciem programu) i przedstawienie prowadzącego/prowadzących; - dźwięk serwisu; - skrót wiadomości; - dźwięk serwisu; - news; - melodia; - news; - melodia; - news; * niekiedy pomiędzy newsami pojawiają się dzingle, np. <i>Nowe Fakty o koronawirusie w RMF FM, Popołudniowa rozmowa w RMF FM, Najświeższe fakty</i> 	<ul style="list-style-type: none"> - zapowiedź serwisu (przed rozpoczęcie programu) i przedstawienie prowadzącego/prowadzących; - dźwięk; - skrót wiadomości; - dźwięk <i>Minęła właśnie [prowadzący czyta godzinę] w Radiu ZET;</i> - newsy; *niekiedy pomiędzy newsami pojawiają się dzingle, np. <i>Takie są Wiadomości Radia ZET, o tym powinieneś wiedzieć, Blisko ciebie, obiektywne i niezależne - takie są Wiadomości Radia ZET,</i> 	<ul style="list-style-type: none"> - dźwięk „godzinowy”; - zaproszenie na serwis; - dźwięk serwisu; - newsy (zazwyczaj trzy, odczytywane wymiennie przez kobietę i mężczyznę); - formuła finalna, np. <i>To był serwis informacyjny na antenie Radia Maryja. Więcej informacji znajdą Państwo na stronie</i> 	<ul style="list-style-type: none"> - dźwięk „godzinowy”; - dźwięk serwisu; - zapowiedź newsów czytana na tle muzyki; dźwięk <i>Wiadomości Informacyjnej Agencji Radiowej;</i> - imię i nazwisko prowadzącego; - newsy; dźwięk <i>to były</i>

	<ul style="list-style-type: none"> - dźwięki serwisu; - komunikat: <i>To były Aktualności Programu Pierwszego Polskiego Radia</i>; - dźwięki zapowiadający kolejny program, np. prognozę pogody. 	<ul style="list-style-type: none"> - dźwięki serwisu; - skrót wiadomości; - dźwięki serwisu - newsy; - komunikat: <i>To był serwis Trójki. Więcej informacji na portalu polskieradio.pl</i>; - dźwięki serwisu. 	<ul style="list-style-type: none"> <i>tylko w RMF FM</i>; - formuła finalna (więcej poniżej); - dźwięki <i>Radio. Muzyka. Fakty. RMF FM</i>. 	<ul style="list-style-type: none"> <i>to Ci się przyda, Wszystko co istotne</i> ; - formuła na zakończenie (w różnych formach). 	<ul style="list-style-type: none"> <i>internetowej naszej rozgłośni. Przed nami jeszcze prognoza pogody.</i> 	<ul style="list-style-type: none"> <i>wiadomości Informacyjnej Agencji Radiowej.</i>
--	---	--	---	---	---	---

Źródło:

opracowanie

własne.

2.1.1 Nadawca w komunikacji medialnej

Pojęcie nadawcy w nauce o komunikowaniu masowym rozumiane jest bardzo szeroko. Wynika to z wielopoziomowości medialnych sytuacji komunikacyjnych. Nadawca nazywany jest również komunikatorem bądź źródłem i definiowany jako „osoba lub grupa osób, które planują, kształtują (koduują) lub przekazują dalej informację”.¹ w najszerszym ujęciu tego pojęcia nadawca to „osoba lub grupa osób, instytucja lub grupa instytucji, które bezpośrednio lub pośrednio udostępniają wypowiedzi nieograniczonej liczbie odbiorców (adresatów).”² Ponadto W. Pisarek twierdzi, że nadawca „obejmuje wszystko, co stoi u źródła docierających do nas przekazów.”³ Wśród źródeł wskazuje podmioty rzeczywiste, czyli osoby, fikcyjne, czyli narratora, podmiot liryczny itp., indywidualne oraz zbiorowe (grupy formalne i nieformalne, czyli instytucje). Agnieszka Mikołajczuk wprowadza pojęcie nadawcy pierwotnego, czyli takiego, który jednocześnie jest autorem przekazu, oraz nadawcy pośredniego, który przekazuje komunikat stworzony przez kogoś innego.⁴

Słownik terminologii medialnej pod red. W. Pisarka wskazuje na dwa sposoby rozumienia terminu *nadawca*. W modelach komunikacyjnych jest jednym z uczestników procesu komunikacyjnego⁵, a jego podstawowa funkcja to formułowanie i przekazywanie komunikatów.⁶ Druga definicja tego pojęcia oparta o ustawę o radiofonii i telewizji⁷ określa nadawcę jako: „osobę tworzącą lub zestawiającą programy i rozpowszechniającą je lub przekazującą programy innym osobom w celu rozpowszechnienia w całości i bez zmian.”⁸ Ustawa o radiofonii i telewizji wyróżnia trzy rodzaje nadawcy: publicznego, prywatnego oraz społecznego.

T. Goban-Klas zwraca uwagę, że w przypadku komunikowania za pomocą mediów masowych proces komunikacji ma charakter jednokierunkowy, a nadawca stanowi „centrum” rozpowszechniania komunikatu. Ma to wpływ na ograniczenie odbiorców, którzy ze względu

¹ W. Pisarek, *Wstęp do nauki o komunikowaniu*, Warszawa 2008, s. 23.

² Ibidem, s. 23.

³ Ibidem, s. 23.

⁴ A. Mikołajczuk, *O komunikacji językowej*, [w:] *Praktyczna stylistyka nie tylko dla polonistów*, red. E. Bańkowska, A. Mikołajczuk, Warszawa 2003, s. 23-25.

⁵ *Słownik terminologii medialnej*, red. W. Pisarek, Kraków 2006, s. 126

⁶ w istniejących modelach komunikacji medialnej przedstawia się różne dodatkowe funkcje nadawcy.

⁷ Dz.U. 1993 nr 7 poz. 34.

⁸ *Słownik terminologii medialnej*, op. cit., s. 126.

na swoją masowość nie mają możliwości wyrażania własnych interpretacji odbieranych znaczeń.⁹

Istnieje również rozróżnienie nadawcy instytucjonalnego i indywidualnego. Pojęcia te w nauce o komunikacji odnoszą się także do przestrzeni pozamedialnej. Nadawca indywidualny to każda pojedyncza osoba, z którą się można na co dzień komunikować, np. znajomy, lekarz, sprzedawca itp. Nadawca instytucjonalny to nadawca sformalizowany strukturami organizacyjnymi, np. partia, Kościół, policja itp. do tej grupy zaliczyć należy także prasę, radio czy telewizję.¹⁰

W komunikacji masowej za nadawcę uważa się zazwyczaj „pewną zbiorowość, działającą w sposób zorganizowany i mającą status instytucji”¹¹, która nazywana jest *instytucją nadawczą*. Pojęciem o szerszym znaczeniu jest termin *instytucja medialna* obejmujący instytucje nadawcze oraz te, które „produkują przekazy masowe bądź świadczą jakies usługi na rzecz nadawców czy wydawców (np. agencje reklamowe, drukarnie, firmy kolportażowe, agencje prasowe, szkoły dziennikarskie), a także organy powołane do nadzoru nad mediami (np. Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji).”¹²

Wielopoziomowość nadawcy w komunikacji masowej sprawia, że skomplikowana staje się kwestia ustalenia nadawcy rzeczywistego. Czy jest nim dziennikarz, którego nazwisko widnieje pod artykułem w prasie lub na stronie internetowej albo spiker odczytujący komentarz w radiu lub prezenter telewizyjny, do którego wizerunku jest przywiązany odbiorca? Należy także pamiętać, że każda redakcja prasowa, radiowa czy telewizyjna posiada określone założenia programowe, do których przestrzegania pracownicy danej instytucji medialnej są zobowiązani.¹³ Zależność ta dotyczy również redakcji lub agencji informacyjnych stacji radiowych. Współcześnie częstym zjawiskiem jest powierzanie przygotowywania tekstów medialnych wyspecjalizowanym agencjom. Wówczas nadawcą medialnym nie są agencje, ale instytucje, które wykupiły te materiały i opłaciły koszty ich popularyzacji.¹⁴ Taka sytuacja dotyczy analizowanego Radia Niepokalanów, w którym serwisy są opracowywane przez Informacyjną Agencję Radiową – tę samą, która przygotowuje programy informacyjne dla nadawcy publicznego.

⁹ T. Goban-Klas, *Komunikowanie i media*, [w:] *Dziennikarstwo i świat mediów*, red. Z. Bauer, E. Chudziński Kraków 2012, s. 24

¹⁰ W. Pisarek, op. cit., s. 23.

¹¹ M. Mrozowski, *Media masowe. Władza, rozrywka i biznes*, Warszawa 2001, s. 46.

¹² M. Mrozowski, op. cit., s. 46.

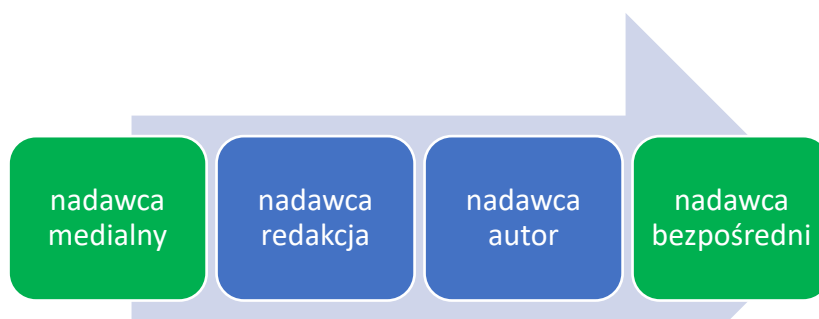
¹³ W. Pisarek, op. cit., s. 21.

¹⁴ *Ibidem*, s. 22.

W. Pisarek, zwracając uwagę na wielopoziomowość nadawcy, podkreśla, że „o tym bowiem, z którego poziomu nadawca powinien być uwzględniany w analizie aktu lub procesu komunikowania, decyduje problem badawczy.”¹⁵ Na złożoność kategorii nadawcy zwraca uwagę również Jerzy Bralczyk, który mówi o medialnym układzie nadawczym.¹⁶ Z kolei, Tomasz Piekot nadawca przekazów medialnych to instytucja twórcza lub społeczna.¹⁷

Zdaniem K. Kaszewskiego w przypadku medialnych przekazów informacyjnych da się wyróżnić cztery typy nadawców: bezpośredni, nadawca autor, nadawca redakcja oraz nadawca medialny. Nadawca bezpośredni to osoba fizycznie przekazująca komunikaty medialne. Może nim być lektor radiowy, prowadzący program telewizyjny czy autor tekstu pisanego. Co ważne, odbiorca zna tożsamość nadawcy bezpośredniego – przedstawia się z imienia i nazwiska lub podpisuje się pod stworzonymi tekstami. Nadawca autor to osoba, która jest twórcą przekazów radiowych lub telewizyjnych. Nadawca bezpośredni i nadawca autor mogą być tożsami – np. osobami tworzącymi komunikaty i je wygłaszającymi są reporterzy telewizyjni, radiowi. Nadawca redakcja to: „zorganizowana część pracowników instytucji medialnej, przygotowująca dany program telewizyjny, serwis radiowy lub teksty informacyjne w gazecie”.¹⁸ Redakcja jako część pewnego podmiotu medialnego zobowiązana jest do realizacji jego programu i założeń oraz dbania o jakość przekazu. K. Kaszewski dodaje jednak, że redakcja posiada pewną autonomię umożliwiającą wypowiedzanie się we własnym imieniu. Nadawca medialny to cała instytucja medialna – prasowa, telewizyjna czy radiowa, której tożsamość jest określona poprzez dokumenty prawne tj. koncesje, statuty.¹⁹ Z perspektywy odbiorcy najważniejsze role odgrywają nadawca medialny oraz bezpośredni nadawca.²⁰

Rys. nr 1: Łańcuch typów nadawców według K. Kaszewskiego



¹⁵ Ibidem, s. 23.

¹⁶ J. Bralczyk, *Język na sprzedaż*, Gdańsk 2004, s. 18.

¹⁷ K. Kaszewski, *Media o sobie. Językowe elementy autopromocyjne w przekazach informacyjnych prasy, radia i telewizji*, Warszawa 2018, s. 148.

¹⁸ Ibidem, s. 149.

¹⁹ Ibidem, s. 149.

²⁰ T. Piekot, *Dyskurs wiadomości prasowych*, Kraków 2006, s. 103.

Źródło: opracowanie własne na podstawie K. Kaszewski, *Media o sobie. Językowe elementy autopromocyjne w przekazach informacyjnych prasy, radia i telewizji*, Warszawa 2018, s. 149.

Opisana wyżej zależność wynika przede wszystkim z dwóch powodów. Po pierwsze, nadawca medialny jako instytucja swoją linią programową wpływa na treść i formę przekazu, zaś elementami autopromocyjnymi (tj. nazwa, logo, dzingiel itp.) „przypomina” o swojej obecności. Nadawca bezpośredni to realna osoba, która zdaje się być najbliżej odbiorcy swoim głosem czy wizerunkiem. Nadawca redakcja oraz nadawca autor bardzo często pozostają anonimowi, a ich istnienia przeciętny odbiorca nie jest świadomy lub są utożsamiani z nadawcą bezpośrednim.

Kolejnym niezwykle istotnym aspektem dotyczącym nadawcy jest dziennikarstwo oddolne (inaczej nazywane również dziennikarstwem obywatelskim²¹), które można rozumieć jako „udział użytkowników Internetu w tworzeniu informacji.”²² za dziennikarza obywatelskiego uznaje się wszystkich autorów-amatorów, np. blogerów, youtuberów, a także internautów, którzy udostępniają relacje, zdjęcia lub filmy z wydarzeń, których są świadkiem lub uczestnikiem. Twórcą idei dziennikarstwa obywatelskiego jest Dan Gillmor²³ – jego zamierzeniem było, aby Internet był przestrzenią, w której każdy człowiek może się wypowiedzieć. D. Gillmor w sposób bardzo entuzjastyczny wypowiadał się o tej idei:

Dziennikarstwo jutra będzie bardziej niż wykład przypominać rozmowę lub seminarium. Linia podziału między producentami i konsumentami informacji zostanie zatarta, zmieniając role obydwu stron w sposób, który trudno nam obecnie przewidzieć. W każdym razie sieć będzie medium, w którym da się usłyszeć głos każdego z nas. Nie tylko tych, których stać na budowę drukarni, wystrzeliwanie satelitów telekomunikacyjnych i start w państwowych przetargach na wygrywanie radiowych częstotliwości.²⁴

²¹ W medioznawstwie dziennikarstwo obywatelskie oznacza „poruszanie tematów bliskich obywatelom, a nie zaangażowanie obywateli w proces tworzenia komunikatów.” (por. A. Zwiefka-Chwałek, *Dziennikarstwo obywatelskie jako przejaw mediamorfozy*, Wrocław 2009, s. 12).

²² B. Czechowska-Derkacz, *Dziennikarstwo obywatelskie – o mediach w rękach odbiorców*, [w:] *Media, business, culture*, red. M. Łosiewicz, A. Ryłko-Kurpiewska, t. 1, Gdynia 2015, s. 547.

²³ Dan Gillmor to amerykański pisarz i publicysta. W 2004 wydał książkę pt.: *we the Media: Grassroots Journalism By the People, For the People*, która przede wszystkim opisuje, w jaki sposób rozprzestrzenianie się niezależnych dziennikarzy w sieci wpłynęło na sposób obsługi wiadomości.

²⁴ Podają za: B. Czechowska-Derkacz, *Dziennikarstwo obywatelskie – o mediach w rękach odbiorców*, [w:] *Media, business, culture*, red. M. Łosiewicz, A. Ryłko-Kurpiewska, t. 1, Gdynia 2015, s. 548.

Omawiane zagadnienie porusza Agnieszka Zwiefka-Chwałek. Jej zdaniem „używana powszechnie terminologia dla określenia dziennikarstwa obywatelskiego stoi w sprzeczności ze stosowanymi zamiennie w anglojęzycznej literaturze *participatory journalism* (dziennikarstwo uczestniczące) i *citizen (civic) journalism* (dziennikarstwo obywatelskie).”²⁵ Według niej dziennikarstwo obywatelskie to przede wszystkim poruszanie kwestii istotnych dla społeczeństwa, a nie włączenie odbiorców w tworzenie komunikatów medialnych.²⁶

Podobnym, jednakże o innym znaczeniu, jest dziennikarstwo uczestniczące.²⁷ Pierwsi teoretycy dziennikarstwa uczestniczącego Shayne Browman i Chris Willis określają termin ten jako angażowanie obywateli lub grupy obywateli w proces zbierania, tworzenia, analizy i rozpowszechniania informacji. Celem tych działań jest zapewnienie niezależnych, wiarygodnych, aktualnych, różnorodnych i istotnych informacji, które stanowią fundament demokracji.²⁸

Kolejnym podobnym pojęciem jest termin *dziennikarstwo oddolne* i obejmuje ono możliwość każdego obywatela, by stać się niezależnym dziennikarzem, który na własnych zasadach przedstawia swoją wizję świata. Dann Gillmor uważa, że zjawisko to wynika z rozwoju technologicznego, który przyniósł społeczeństwu odpowiednie narzędzia komunikacyjne do bycia twórcą treści. Niezależni, oddolni dziennikarze stoją poniekąd na straży jakości masowego przekazu dziennikarskiego. Jak pisze D. Gillmor, dziennikarstwo oddolne nie stanowi konkurencji dla dziennikarstwa tradycyjnego, a je uzupełnia. W rzeczywistości duże media często korzystają z inicjatyw niezależnych dziennikarzy i podejmują tematy kluczowe dla rozwoju demokratycznego społeczeństwa.²⁹

Koncepcja dziennikarstwa uczestniczącego widoczna jest przede wszystkim w radiu komercyjnym, nastawionym na zdobywanie i utrzymanie odbiorcy. Jej wykorzystanie objawia się w głównej mierze w tematyce newsów oraz umożliwieniu odbiorcom nadsyłania materiału informacyjnego, o czym była mowa już wcześniej. Odnosząc się do tematyki newsów, które świadczą o obywatelskim charakterze komercyjnych serwisów informacyjnych, należy przywołać następujące przykładowe zagadnienia:

- krytyczna sytuacja pandemiczna w Domach Pomocy Społecznej (RMF),
- wypadek na autostradzie A2 na wysokości Poznania (RMF),

²⁵ K. Jakubczak, *Istota dziennikarstwa obywatelskiego w polskiej przestrzeni medialnej*, „Kultura-Media-Teologia”, 2020 (41), s. 64.

²⁶ A. Zwiefka-Chwałek, op. cit., s. 12.

²⁷ K. Jakubczak, op. cit., s. 62-82.

²⁸ S. Bowman, C. Willis, *we media. How Audiences Are Shaping the Future of News and Information*, https://ict4peace.org/wp-content/uploads/2007/05/we_media.pdf, [22.06.2023].

²⁹ K. Jakubczak, op. cit., s. 68.

- skutki powodzi na Podkarpaciu dla mieszkańców tego regionu (RMF),
- utrudnienia w ruchu w Lublinie spowodowane szczytem premierów państw grupy wyszehradzkiej (RMF),
- opóźnienia rządu w wypłaceniu środków dla Państwowej Komisji do spraw pedofilii (RMF),
- jak rozmawiać z dziećmi na temat pandemii koronawirusa (ZET),
- prawa zwierząt w kontekście wyborów – prezentacja poglądów partii na temat ochrony zwierząt (ZET),
- apel o pomoc w zbieraniu rekwizytów do lokalnego muzeum (ZET),
- nowy sposób kontroli parkowania w Warszawie (ZET),
- zbiórka na bus dla małżeństwa prowadzącego rodzinny dom dziecka w Łodzi (ZET)
- porada prawników dla osób zatrzymanych przez policję podczas protestów przeciwko zmianom w prawie aborcyjnym (ZET).

Powyższe zagadnienia stanowią tylko przykłady zaangażowania nadawcy w tematykę istotną dla radiodbiorców. Można stwierdzić, że częściej społeczną perspektywę wiadomości przyjmuje Radio ZET. Radiu RMF FM bliższy jest nurt poradnikowy. Takich tematów nie porusza radio publiczne ani katolickie (ewentualnie pewne tematy prezentuje z innego punktu widzenia). Powyższe stwierdzenie nie oznacza, że radio publiczne czy katolickie nie porusza w swoich newsach kwestii społecznych, ale tak, jak to zostało wcześniej zaznaczone, są one prezentowane w sposób bardziej formalny. Warto zauważyć, że niektóre z tych tematów mają charakter oficjalny i dotyczą spraw państwowych, ale są pokazane z perspektywy przeciętnego obywatela i prezentują wpływ tychże zdarzeń na codzienne jego życie, na przykład szczyt premierów wiąże się z zakorkowanym miastem i trudnościami w przemieszczaniu się. W ten sposób zostaje wyrażona troska nadawcy o odbiorcę. Dbalność o odbiorcę uwypuklona jest także w newsie dotyczącym opłat za parkowanie, ponieważ dotyka on zwykłych, prozaicznych spraw. Co więcej, niektóre newsy mogą dotyczyć elementów mainstreamowego światopoglądu, który w mediach masowych jest kreowany, np. silnym trendem we współczesnym świecie jest ochrona zwierząt. Ciekawy jest fakt, że newsy, w których zachęca się do konkretnej pomocy, pojawiają się w mediach komercyjnych, a nie w radiu katolickim, które w swoim programie ma odzwierciedlać wartości chrześcijańskie. Warto się jednak zastanowić, czym kieruje się nadawca komercyjny, tworząc takie newsy – chęcią zdobycia odbiorcy poprzez pozytywny wizerunek nadawcy, realizacją edukacyjnej

funkcji mediów czy potrzebą złagodzenia poważnej tematyki programu? z drugiej strony należy się zastanowić, czy serwisy informacyjne to właściwe miejsce w ramówce radiowej na informacje poświęcone osobom i instytucjom o niskim zasięgu i na kierowanie, nawet niebezpośredniego, apelu o pomoc. Zgodnie z kanonem informację dziennikarską powinna cechować: wierność, szczegółowość, jednoznaczność, zwięzłość, aktualność i zrozumiałość.³⁰ Wymienione wyżej przykłady społecznych newsów prognozują kierunek ewolucji informacji komercyjnej, stanowiącej nie tylko rozrywkę, ale również wyraz troski o przeciętnych obywateli.

W kontekście tych rozważań warto poruszyć kwestię obecności treści religijnych w serwisach informacyjnych Radia Maryja czy Radia Niepokalanów. W katolickich radiostacjach serwisy mają raczej charakter ogólny³¹. Niekiedy pojawiają się newsy prezentujące istotne informacje dotyczące życia Kościoła albo informacje o mających się odbyć nabożeństwach lub ich transmisjach. Nie są one przeważające, ponieważ obie radiostacje posiadają w swojej ramówce programy informacyjne poświęcone wyłącznie życiu Kościoła. Można zatem stwierdzić, że radiowe serwisy informacyjne nie są traktowane przez katolickie rozgłoszenie jako przestrzeń do głoszenia nauk kościelnych, ale mimo to serwisy informacyjne odzwierciedlają światopogląd zgodny z nauczaniem Kościoła Katolickiego. Pokazują to newsy z Radia Maryja poświęcone kontrowersyjnym tematom, np. aborcji czy środowisku LGBT. Oto ich fragmenty:

- news dotyczący aresztowania działacza LGBT, który dokonał dewastacji samochodu fundacji *prolife*:

Prowadzący: Osoba z tęczową flagą weszła na pomnik smoleński, a inne protestujące osoby zawiesiły tęczową flagę na pomniku Mikołaja Kopernika. O szczegółach zatrzymania Michała Sz. I agresji działaczy LGBT mówi rzecznik prasowy Komendy Stołecznej Policji nadkomisarz Sylwester Marczak. (...)

Prowadzący: Sąd Okręgowy w Warszawie zdecydował o zastosowaniu wobec aktywisty LGBT Michała Sz. dwumiesięcznego aresztu w związku z dewastacją furgonetki Fundacji „PRO – Prawo do życia”. Decyzja wywołała protesty środowisk LGBT. Doszło też do kolejnych profanacji pomników. Działacze LGBT usiłowali między innymi blokować przejazd radiowozów, w których znajdował się zatrzymany Michał Sz. Skandowali też okrzyki

³⁰ M. Szulczewski, *Informacja*. [w:] *Teoria i praktyka dziennikarska*, red. B. Golka, M. Kafel, Z. Mitzner, Warszawa 1964, s. 91–93.

³¹ Istotne informacje dotyczące Kościoła Katolickiego pojawiają się także na antenie radiowej Jedyńki. Wynika to zapewne z tradycyjnego charakteru rozgłoszenia i jej grupy odbiorczej, którą w większości stanowią ludzie starsi, dla których sprawy religijne są znaczące.

sprzeciwiające się rzekomemu prześladowaniu środowisk LGBT. Część z nich ulokowała się przed kościołem Świętego Krzyża. [RM 10.08.2020 10:00]

- news poświęcony wyrokowi Trybunału Konstytucyjnego orzekającego w sprawie „przesłanki eugenicznej”:

Prowadząca: Wobec przetaczającej się po wyroku Trybunału Konstytucyjnego fali protestów zwolenników tak zwanej „aborcji” prawnicy uruchomili akcję polegającą na monitorowaniu wszelkich aktów nienawiści. [RM 26.10.2020 13:00]

Prowadząca: Po wyroku Trybunału Konstytucyjnego w przestrzeni medialnej i podczas protestów pojawiło się wiele kłamliwych stwierdzeń dotyczących konsekwencji czwartkowego orzeczenia.

Prowadzący: Sędziowie uznali za niekonstytucyjną tak zwaną „przesłankę eugeniczną”, czyli dopuszczanie możliwości zabicia nienarodzonego dziecka z podejrzeniem ciężkiej choroby.

Prowadząca: Tymczasem zwolennicy aborcji, wprowadzając opinię publiczną w błąd, twierdzą, że wyrok Trybunału Konstytucyjnego oznacza między innymi zakaz badań prenatalnych.

Prowadzący: Do tej dezinformacji w przestrzeni medialnej odniósł się europoseł Patryk Jaki, który wychowuje niepełnosprawnego syna. (...)

Prowadząca: Warto zwrócić uwagę, że Trybunał Konstytucyjny w orzeczeniu wskazał na zapisy ustawy zasadniczej, która chroni życie każdego człowieka, w tym chorego i słabszego. [RM 26.10.2020 12:00]

2.1.2 Odbiorca w komunikacji medialnej

Jedną z nadrzędnych różnic pomiędzy komunikowaniem bezpośrednim a komunikowaniem medialnym (przede wszystkim masowym) jest trudność dookreślenia odbiorcy. W mediach masowych odbiorca stanowi niemożliwą do sprecyzowania zbiorowość cechującą się dużym rozproszeniem i liczebnością. Choć dzięki stosowaniu specjalnych technik badawczych można uzyskać konkretne informacje na temat publiczności, to jednak w chwili aktu komunikacyjnego nadawca nie posiada pełnej wiedzy na temat tego, do kogo kieruje swój przekaz. Odbiorca medialny nie jest poznawalny wprost, stąd jest konstruktem teoretycznym.

Zamiarem i ambicją każdego nadawcy medialnego jest zdobycie możliwie największej liczby odbiorców, dlatego należy rozpatrywać adresatów w kategoriach zbiorowych.³² w początkowej fazie rozwoju komunikowania masowego dużą zbiorowość odbiorczą określano jako masę społeczną, zdefiniowaną przez Herberta Blumera w 1946 roku jako:

³² M. Mrozowski, op. cit., s. 67.

„zróżnicowaną pod względem społecznym, ekonomicznym i kulturalnym zbiorowość anonimowych jednostek, między którymi występują słabe interakcje i niewielka wymiana doświadczeń, przez co są one słabo zorganizowane i niezdolne do wspólnego, skoordynowanego działania.”³³ Elementem spajającym tę zbiorowość miały być media masowe i tworzona przez nie kultura masowa. Badania naukowe nie potwierdziły jednak istnienia tak rozumianej zbiorowości, a procesy komunikowania masowego ulegają przeobrażeniom. Z jednej strony w wyniku globalizacji zbiorowości odbiorcze się powiększają, z drugiej – ze względu na ukierunkowywanie przekazów medialnych grupy odbiorcze ulegają fragmentaryzacji, a co za tym idzie odmasowieniu. Dlatego też współcześnie zbiorowości odbiorczych nie definiuje się w kategoriach mas, a na ogół określa się pojęciami: *audytorium* oraz *publiczność*.³⁴ Zazwyczaj pojęcie *odbiorca* stosuje się w uproszczonym sekwencyjnym modelu procesu komunikacji masowej, zawierającym następujące elementy: źródło, kanał, wiadomość, odbiorca, skutek.³⁵

Ze względu na opisaną specyfikę komunikacji medialnej w kontekście odbiorców przekazu medialnego wyróżnia się pojęcie: *audytorium medialnego*, które bazuje na słowie *audience* (ang. ‘publiczność’) i jest podstawowym terminem stosowanym w amerykańskich badaniach nad komunikowaniem. Pojęcie to ma wymiar metaforyczny, ponieważ publiczność medialna nie stanowi wyodrębnionej społeczności zajmującej rzeczywistą przestrzeń.³⁶

Z uwagi na trudności w określeniu audytorium niezwykle ważne dla nadawcy medialnego jest przeprowadzanie badań nad czynnikami kształtującymi strukturę odbiorców medialnych. Audytorium można ujmować przez pryzmat społeczeństwa albo przez pryzmat mediów. Publiczność medialna przedstawiana z perspektywy środków przekazu dzieli się na audytorium: potencjalne, rzeczywiste, płacące i kumulacyjne. Audytorium potencjalne to wszyscy odbiorcy, którzy są zdolni do odbioru danego medium lub gatunku. Możliwość odbioru jest uzależniona od wielu czynników, takich jak: posiadanie odbiornika, przebywanie w zasięgu sieci czy nadajnika, istnienie rynku, cechy społeczno-demograficzne, płeć, wiek, dochód, poziom wykształcenia. Audytorium rzeczywiste inaczej jest definiowane dla mediów drukowanych – dla nich bowiem grupę tę stanowią osoby, które przeczytały gazetę lub książkę. Z kolei, w przypadku radia i telewizji rzeczywisty odbiorca to osoba, która w określonym czasie włączyła odpowiedni kanał lub stację. Audytorium płacące to osoby nabywające prasę, książki, płyty, bilety itp., subskrybenci usług. Z uwagi na aspekty

³³ Ibidem, s. 69-70.

³⁴ Ibidem, s. 70.

³⁵ D. McQuail, *Teoria komunikowania masowego*, Warszawa 2007, s. 391.

³⁶ T. Goban-Klas, op. cit., s. 207-208.

ekonomiczne dla wielu nadawców medialnych istotniejsi są nabywcy ich produktów medialnych niż rzeczywisci odbiorcy.³⁷

T. Goban-Klas wskazuje na różnorodne typologie publiczności medialnej. Jednym z kryteriów jej podziału jest częstotliwość uczestnictwa w określonej sytuacji komunikacyjnej. Kryterium to wyróżnia następujące grupy publiczności: klubową – grupę tę stanowią osoby systematycznie korzystające z danego medium; typową, inaczej przeciętną – zawiera tych, którzy sporadycznie sięgają po określone medium; oraz okazjonalną, którą stanowią odbiorcy najrzadziej będący grupą uczestników aktu komunikacyjnego.³⁸ Wyjaśnienia wymaga również pojęcie *adresata*, które w języku potocznym może być traktowane jako synonim dla określenia *odbiorca*. Mikołajczuk³⁹ uważa, że adresat to odbiorca zamierzony przez nadawcę. W komunikacji medialnej zatem każdy przyjmujący przekaz jest odbiorcą, ale nie każdy jest adresatem.

Współczesna widownia środków masowego przekazu wywodzi się z widowni teatralnej oraz widowni wydarzeń sportowych i muzycznych w starożytności. Media stale zmierzają do poszerzenia swojej widowni, dlatego można stwierdzić, że jest ona w nieustannym procesie kształtowania się. Kategoryzując współczesną widownię medialną, lepiej jest mówić o typach powstawania widowni niż o rodzajach jej samej.⁴⁰ Rozróżnienie to powstało po uwzględnieniu potrzeb społeczeństwa i mediów oraz poziomu mikro i makro funkcjonowania procesu kreowania potrzeb. Podział ten przedstawia poniższy wykres.

Rys. nr 2 : *Typologia powstawania widowni środków masowego przekazu*

Źródło

		Społeczeństwo	Media
Poziom	Mikro	Grupa społeczna lub publiczność	Widownia medium

³⁷ Ibidem, s. 227.

³⁸ Ibidem, s. 221.

³⁹ A. Mikołajczuk, op. cit., s. 17-49.

⁴⁰ D. McQuail, op. cit., s. 401-402.

Źródło: Denis McQuail, *Teoria komunikowania masowego*, Warszawa 2007, s. 402.

Widownia jako grupa lub publiczność to odbiorcy tekstów publikowanych przez organy religijne i polityczne, grupy emigrantów i inne stowarzyszenia. Mogą ją tworzyć również czytelnicy lokalnej gazety albo słuchacze miejscowej radiostacji. Spójność tego rodzaju widowni wynika ze wspólnych cech społecznych grupy. Z kolei, widownia jako zestaw gratyfikacji to zazwyczaj „zbiór rozproszonych jednostek, niepołączonych ze sobą żadnymi więzami”. Elementem łączącym takich odbiorców jest wspólna, określona potrzeba lub rodzaj potrzeb. Podaż mediów nie jest wyznaczana przez kryterium płci, klasy społecznej, religii czy partii politycznej, a poprzez świadome dążenie odbiorców do spełniania własnych potrzeb. Trzecia koncepcja widowni medium dotyczy wyboru określonego środka przekazu. Mowa tu będzie zatem o *widowni telewizyjnej*, *publiczności kinowej*, *publiczności czytelniczej* czy *publiczności radiowej*. Widownia mediów, pomimo swej nieinkluzywności, jest znaczącym elementem dla reklamodawców i twórców kampanii. Co więcej, ten typ widowni zbliżony jest do koncepcji „widowni masowej”. Ostatni typ to widownia definiowana przez kanał lub treść. Polega na wyróżnieniu odbiorcy określonego przekazu, np. książki, gazety, kanału, programu telewizyjnego itp. Omawiając to zagadnienie, należy zwrócić także uwagę na kwestię *fanów i fanklubów*, którzy mogą stanowić specyficzną grupę widowni definiowanej przez kanał i treść.

W. Pisarek definiuje *fana* jako: „miłośnika, często fanatycznego, zagorzałego, czegoś lub kogoś, a zwłaszcza popularnego artysty.”⁴¹ Należy dodać, że współcześnie pojęcie to nie odnosi się wyłącznie do miłośników znanej publicznie osoby, choć takie jest jego źródło, a określa zbiór entuzjastów również jakiegoś dzieła lub tekstu.⁴² Ze względu na dużą fascynację fanów i zaangażowanie względem ich obiektu zainteresowań nie stanowią oni dominującej części widowni definiowanej przez kanał lub treść. Fan jest odbiorcą najbardziej zorientowanym na dany przekaz medialny.

Wpływ technologii sprawia, że radio funkcjonuje nie tylko w sposób tradycyjny, ale również w formie online. Rozgłośnie radiowe mogą nadawać swój program poprzez Internet, dzięki czemu nie potrzebują zdobywać koncesji. Niektóre stacje internetowe utrzymują się

⁴¹ *Słownik terminologii medialnej*, op. cit., s. 55.

⁴² D. McQuail, op. cit., s. 406.

z reklam bądź sponsorów, wówczas są darmowe dla odbiorców. Istnieją też takie stacje, które są dedykowane zamkniętej grupie odbiorców – patronom. Wpłacają oni dobrowolną kwotę dla twórców radia oraz na rozwój rozgłośni. Przykładem takiej radiostacji jest Radio 357 lub Radio Nowy Świat, które powstały w wyniku rozłamu członków redakcji Programu Trzeciego Polskiego Radia. Radio 357 to „największa w Polsce nowoczesna platforma radiowo-podcastowa i hub kulturalny”⁴³. Twórcy tego radia nadają audycje na żywo oraz produkują podcasty. W radiu tym nie są emitowane bloki reklamowe. Działa ono dzięki finansowaniu przez społeczność słuchaczy. Im większe wsparcie patronów, tym większe możliwości na platformie. Bezpłatne jest słuchanie audycji na żywo. Dla patronów dostępne są podcasty, dedykowana grupa na Facebooku, dostęp do specjalnej strefy 357, newsletter, spotkania online, w których uczestnik może zadawać pytania, głosowanie w listach przebojów, pierwszeństwo w zgłoszeniach do wydarzeń organizowanych przez radiostację czy możliwość udziału w konkursach. Na podobnej zasadzie działa konkurencyjne Radio Nowy Świat. Będąc patronem tej rozgłośni, zyskuje się dostęp do podcastów i innych treści przeznaczonych dla aktywnych patronów oraz dostęp do zamkniętej grupy na Facebooku. W ten sposób tworzy się elitarny odbiorca, który doświadcza uczucia wyjątkowości i bycia częścią ekskluzywnej społeczności użytkowników mediów o wyrafinowanych upodobaniach, ponieważ ma dostęp do spersonalizowanych i dostępnych dla wąskiego grona treści.

Innym czynnikiem różnicującym audytorium medialne jest skala zasięgu mediów, będąca miarą uwagi odbiorcy. Wśród widowni klasyfikowanej ze względu na zasięg można wyróżnić następujące rodzaje:

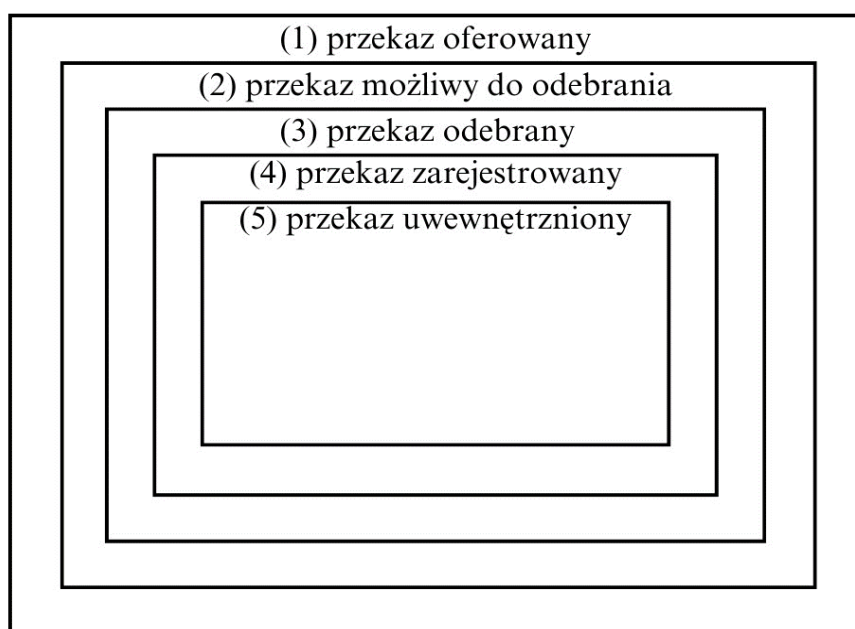
- widownia dostępna, inaczej potencjalna – stanowią ją wszystkie osoby, które w podstawowym wymiarze posiadają umiejętność odbioru przekazów medialnych;
- widownia docelowa – część widowni potencjalnej, która jest wyznaczona przez cel określonego nadawcy;
- widownia kumulacyjna – osoby stanowiące odsetek widowni potencjalnej, która jest możliwa dla danego nadawcy w określonym przedziale czasowym;
- widownia płacąca – osoby pokrywające koszty określonego produktu medialnego;
- widownia zaangażowana – ci, którzy w rzeczywistości odbierają konkretny przekaz medialny, czyli czytają, słuchają lub oglądają treści medialne;

⁴³Co to jest Radio 357?, <https://radio357.pl/faq/ogolne/co-to-jest-radio-357/>, [21.10.2023].

- widownia wewnętrzna – osoby, które faktycznie zwracają uwagę na różne elementy treści przekazów.⁴⁴

Powyższe rozróżnienie odbiorców pokazuje znaczącą różnicę ilościową pomiędzy odbiorcami założonymi przez nadawcę a tymi, którzy rzeczywiście są zaangażowani w odbiór przekazu medialnego. Duże „straty” odbiorców w komunikowaniu masowym uwypukla także schemat zróżnicowania zasięgu widowni, zawierający podstawowe cechy docierania do odbiorców, stworzony przez belgijskiego badacza Rogera Clause’a w 1968. Został on opracowany w odniesieniu do nadawców radiowych i telewizyjnych, ale stosuje się go również dla pozostałych mediów.

Rys. nr 3 : Zróżnicowanie zasięgu widowni wg Clause’a



Źródło: D. McQuail, *Teoria komunikowania masowego*, Warszawa 2012, s. 406.

Linie na wykresie wyznaczają granice odbioru dla poszczególnych grup odbiorców. Dopiero trzecia linia wskazuje faktycznych odbiorców. Czwarta, z kolei, wyznacza jakościowych odbiorców, którzy są zaangażowani w odbiór przekazu medialnego. Jak już to zostało wyżej zaznaczone, schemat ten wskazuje, że istnieje znaczna różnica ilościowa pomiędzy możliwością dotarcia nadawców do widowni a rzeczywistym odbiorem treści. O ile możliwa jest mierzalność odbiorców, którzy dany przekaz odebrali, o tyle trudno jest oszacować, ilu

⁴⁴ D. McQuail, op. cit., s. 407.

z nich było w pełni zaangażowanych w przekaz. Powstaje zatem pytanie, na ile można mówić o odbiorcy masowym w przypadku komunikacji radiowej?

Masowość komunikacji medialnej może stawiać przed nadawcą medialnym problem dotyczący tego, w jaki sposób zwracać się do zasadniczo nieznanego grupy odbiorców. Kwestię tę rozwiązuje się na wiele sposobów zależnie od uznanego typu nadawcy i jego roli oraz koncepcji medium.⁴⁵ Patrząc na relację nadawca-widownia od strony adresata, można stwierdzić, że zasadniczo odbiorcy samodzielnie wybierają źródło medialne w zależności od ich osobistych upodobań. Zdarzają się jednak takie sytuacje, w których odbiorcy decydują się na danego nadawcę ze względu na czynnik zewnętrzny – dzieje się tak przede wszystkim w gospodarstwach domowych, w rodzinach czy w innych grupach, w których o doborze mediów decydują rodzice, partnerzy lub przyjaciele. Ograniczenie w swobodzie wyboru mediów powoduje brak różnorodności ofert produktów medialnych, zwłaszcza o charakterze lokalnym. Niepożądany przekaz medialny mogą stanowić również wszelkiego rodzaju reklamy⁴⁶, na przykład te, które pojawiają się w rozgłoszeniach radiowych. Wówczas w relacji nadawca-odbiorca ma miejsce negatywne ukierunkowanie emocjonalne wiążące się z odrzucaniem niektórych przekazów medialnych. Rozważając tę kwestię w kontekście radiowych serwisów informacyjnych, warto zauważyć, że nie wszyscy odbiorcy tego przekazu są dobrowolnymi uczestnikami komunikacji medialnej. Po pierwsze, radio jest medium towarzyszącym, dlatego odbiorca, wybierając konkretną stację radiową, z góry godzi się na każdy element całodziennej ramówki, choć nie każdy program może u niego wzbudzać pozytywne emocje. Taką audycją mogą być radiowe serwisy informacyjne, które spośród wszystkich propozycji ramowych stacji wydają się być najmniej rozrywkowe. Co więcej, wydania serwisów radiowych pojawiają się we wszystkich stacjach głównie o pełnych godzinach, stąd odbiorca poniekąd nie ma możliwości zmiany radiostacji, gdyż w innej również nadawany jest program informacyjny. Dodatkowo zdarzają się odbiorcy, którzy spośród ramówki wybierają wyłącznie serwisy informacyjne, nie jest to jednak częste zjawisko. Sprzyjać temu mogą specyficzne okoliczności, którymi może być wyjątkowa sytuacja społeczno-polityczna. Realny przykład stanowi okres pandemii covid-19 lub wojna Rosji z Ukrainą, rozpoczęta 24 lutego 2022 roku. W przypadku obu tych sytuacji społeczeństwo odczuwało lub wciąż odczuwa silniejszą niż zazwyczaj potrzebę aktualizowania swojej wiedzy na temat sytuacji w świecie, dlatego też z większą częstotliwością sięgało (sięga) po produkty medialne o charakterze informacyjnym,

⁴⁵ D. McQuail, op. cit., s. 435.

⁴⁶ Ibidem, s. 435-436.

na przykład radiowe serwisy informacyjne, które mniej angażują zmysły niż serwisy telewizyjne. Wychodząc naprzeciw tej potrzebie odbiorców, stacja RMF FM tuż po napaści Rosji na Ukrainę realizowała *Fakty RMF FM* na antenie co piętnaście minut.

Poza zagadnieniem ukierunkowania emocjonalnego widowni w kontekście relacji odbiorcy z nadawcą można rozważać stopień zaangażowania lub przywiązania widowni do określonego nadawcy medialnego. Spośród typów orientacji widowni na media można wyróżnić następujące zachowania i postawy odbiorców:

- sympatia lub zaangażowanie;
- zaangażowanie;
- interakcja paraspoleczna;
- interaktywność;
- przywiązanie;
- utożsamianie się;
- owładnięcie;
- bycie fanem.⁴⁷

Od samego początku istnienia radia nadawcy medialni usiłują stworzyć pozory osobistego kontaktu z niewidzialnym odbiorcą poprzez bezpośrednie formy zwracania się do słuchacza czy zachęcania do uczestnictwa w komunikacji medialnej. Trudno jest empirycznie ocenić, na ile prawdziwe jest zaangażowanie odbiorcy, dlatego mówi się raczej o „pseudouczestnictwie” odbiorców w komunikacji medialnej. O iluzyjności komunikacyjnego zaangażowania mówi koncepcja paraspolecznej interakcji stworzona przez Donalda Hortona i Richarda Wohla w 1956, zgodnie z którą ocenia się interakcję z osobowością medialną za mniej satysfakcjonującą niż prawdziwą interakcję społeczną.⁴⁸

Nowe technologie sprawiają, że zaciera się granica między odbiorcą i nadawcą, która była nadrzędna w definiowaniu widowni. Ze względu na interaktywność mediów nie można już utożsamiać odbiorców z pozycją widza w rozumieniu pierwotnej widowni masowej. Współcześnie dochodzi do dwóch sprzecznych zjawisk w obszarze widowni. Z jednej strony w wyniku globalizacji zachodzą koncentracja oraz monopolizacja, polegające na wprowadzeniu tego samego produktu medialnego na wiele różnych rynków, co prowadzi do poszerzenia określonej grupy odbiorców danego przekazu i potwierdza masowość komunikacji medialnej. Z drugiej jednak strony dąży się do kreowania silnie sprecyzowanych ofert medialnych odpowiadających wymogom i potrzebom wąskiej grupy odbiorczej.

⁴⁷ Ibidem, s. 436-437.

⁴⁸ Ibidem, s. 436.

Powoduje to, że tworzy się więcej różnych, mniejszych i bardziej homogenicznych widowni, reprezentujących konkretne gusty i styl życia. Zjawisko to jest określane mianem *segmentacji* i polega na wnikliwym dopasowywaniu produktów medialnych do kategorii konsumenckich. Wskutek tego odbiorca medialny posiada szerszy wybór mediów⁴⁹, a także większą szansę na pełne dopasowanie treści do swoich upodobań. Inny ważny proces zachodzący w obrębie widowni masowej to *fragmentaryzacja*, polegająca na „rozproszeniu określonej puli uwagi widowni na coraz więcej różnych źródeł medialnych.”⁵⁰ w jej końcowej fazie może dojść do całkowitego rozpadu widowni rozumianej jako zbiorowość społeczna w wyniku całkowitej indywidualizacji wyborów medialnych. Spowodować to może utratę więzi pomiędzy określonymi odbiorcami i osłabienie poczucia przynależności do grupy odbiorców.

Rozróżniając dwa poziomy sytuacji komunikacji: mikro i makro, należy wskazać na różnice pomiędzy odbiorcami na tych dwóch różnych poziomach. Odbiorca w skali makro to słuchacze, widzowie lub czytelnicy, którzy znajdują się w różnych miejscach i nie są bliżej znani.⁵¹ z kolei odbiorca w skali mikro to osoba, która „porozumiewa się na żywo z przedstawicielem nadawcy medialnego w studiu”.⁵² Odbiorcami w skali mikro są zatem na przykład: drugi współprowadzący, reporter lub słuchacz dzwoniący do radia. K. Kaszewski wyróżnia następujące dwa typy odbiorców: główni oraz drugoplanowi – są oni istotni z perspektywy marketingowej. Odbiorca główny jest docelowym radiosłuchaczem, a drugoplanowy to wszelkie inne podmioty w otoczeniu radiostacji, tj. konkurencyjni nadawcy medialni, partnerzy biznesowi, inwestorzy, władze. Wyżej wymienione podmioty określa się jako odbiorców z tego względu, że konkurencyjne rynki podświadomie eksponują swoje działania, osiągnięcia i możliwości, aby zyskać przewagę psychologiczną.⁵³ M. Ślawska konstatuje, że odbiorca główny w skali makro stanowi najważniejszy składnik medialnej sytuacji komunikacyjnej, ponieważ wszelkie działania medialne są podejmowane przez nadawców z uwzględnieniem potrzeb i oczekiwań odbiorców.⁵⁴

2.1.3 Sytuacja komunikacyjna w radiowych serwisach informacyjnych

Dla przedmiotu niniejszej rozprawy istotne jest opisanie sytuacji komunikacyjnej w radiowych serwisach informacyjnych. Sytuacja komunikacyjna doczekała się wielu

⁴⁹ Ibidem, s. 439.

⁵⁰ Ibidem, s. 439.

⁵¹ M. Ślawska, *Formy dialogu w gatunkach prasowych*, Katowice 2014, 61-63.

⁵² K. Kaszewski, *Media o sobie*, op. cit., s. 151.

⁵³ Ibidem, s. 151., s. 151.

⁵⁴ M. Ślawska, *Formy dialogu w gatunkach prasowych*, op. cit., s. 61.

definicji i koncepcji. Grażyna Sawicka⁵⁵ określa ją jako wydarzenie językowe, Elżbieta Laskowska, z kolei, jako zespół elementów (typ nadawcy, odbiorcy, typ kontaktu, tworzywo, okoliczności fizyczne), które współwystępują wraz z wypowiedzią i które mają wpływ na sposób jej ukształtowania.⁵⁶ w przypadku sytuacji w komunikacji medialnej zespół elementów ją dookreślających jest szerszy, co zostanie omówione w późniejszych fragmentach rozprawy. Wśród uczestników komunikacji w radiowych programach informacyjnych można wymienić następujące ogniwa:

- gospodarz programu (prowadzący i współprowadzący);
- radiosłuchacze;
- rozmówcy (przypadkowi bądź celowi, np. politycy, eksperci);
- zespół redakcyjny;
- stacja radiowa (instytucja).

Za prowadzących radiowy program informacyjny uznają dziennikarzy odczytujących treści newsów opracowanych przez redakcję informacyjną, jednocześnie odpowiedzialnych za przywitanie się z odbiorcami, przeprowadzenie ich przez poszczególne części serwisu oraz zamknięcie wydania serwisu. Ten drugi obszar zadań prowadzących lub współprowadzących ma wymiar zdecydowanie bardziej spontaniczny, gdyż w większości przypadków komunikaty wchodzące w ich zakres nie są wcześniej opracowane, tworzy się je „na żywo”. Radiosłuchacz to osoba, która w momencie nadawania radiowego serwisu informacyjnego z większą lub mniejszą uwagą słucha audycji. Nie ma znaczenia, czy odbiorca staje się uczestnikiem komunikacji za pośrednictwem radioodbiornika czy może za pomocą wtórnego przekaznika, jakim jest Internet. Do grupy rozmówców w radiowym serwisie informacyjnym zaliczam wszelkie osoby, których wypowiedzi przywoływane są w strukturze programu. Mogą to być: przypadkowi rozmówcy, świadkowie jakichś istotnych wydarzeń odpowiadający na zadane przez reporterów pytania; eksperci komentujący omawiane informacje, odwołujący się do swojej specjalistycznej wiedzy, a także osoby publiczne, których wypowiedzi są istotne z perspektywy tematyki serwisu. W przypadku powyższych uczestników radiowych serwisów informacyjnych należy zwrócić uwagę na dwie kwestie: po pierwsze, niekiedy przywoływane wypowiedzi są asynchroniczne względem czasu nadawania serwisu informacyjnego; po drugie, niektórzy uczestnicy nie muszą być świadomi, że stają się

⁵⁵ G. Sawicka, *Wprowadzenie*, [w:] *Sytuacja komunikacyjna i jej parametry*. „Być nadawcą – być odbiorcą”, red. G. Sawicka, W. Czechowski, Toruń 2014, s. 5–10.

⁵⁶ E. Laskowska, *Niektóre składniki sytuacji komunikacyjnej*, [w:] *Sytuacja komunikacyjna i jej parametry*, red. G. Sawicka, op. cit., s. 70–76.

nadawcami radiowych serwisów informacyjnych z tego względu, że ich wypowiedzi są sytuowane w audycji wtórnie na zasadach cytatów, przytoczeń.

Ważnym składnikiem sytuacji komunikacyjnej w radiowych serwisach informacyjnych jest cały zespół redakcyjny odpowiadający za tworzenie programu oraz właściciele radiostacji i osoby zarządzające daną radiostacją postrzegana jako instytucja medialna, uprawnione do decydowania o tematyce, formie i wielu innych aspektach przekazów radiostacji. Zarówno każdego członka redakcji informacyjnej, jak i właściciela czy dyrektora radiostacji należy uznać za pośredniego uczestnika komunikacji. Ważna jest też niewspółrzędna relacja zachodząca pomiędzy dziennikarzami tworzącymi przekazy medialne a osobami decyzyjnymi, z której wynika zależność i ograniczoność dziennikarzy radiowych.

K. Sitkowska⁵⁷, badając strategie odbiorczo-nadawcze w komunikacji telewizyjnej, uwzględnia poniższe komponenty sytuacji komunikacyjnej:

- a) relacja między nadawcą i odbiorcą (oficjalna, nieoficjalna);
- b) wymiennosc ról nadawczo-odbiorczych (możliwa, nieograniczona);
- c) czas i miejsce nadawania i odbioru;
- d) kod (językowy – mowa i pismo, audialny, wizualny).

W przypadku komunikacji radiowej powyższe aspekty należy rozpatrywać z następującym rozróżnieniem:

- oficjalność albo nieoficjalność sytuacji komunikacyjnej.
- możliwość i granica wymiennosci ról nadawczo-odbiorczych.
- synchroniczność albo asynchroniczność czasu oraz miejsca nadawania i odbioru.
- kod przekazu ograniczony do audialności – mowa oraz dźwięki pozajęzykowe.

2.1.4 Mikro- i makrosytuacja komunikacyjna

W kontekście komunikacji radiowej należy rozróżnić komunikowanie w skali mikro i makro.⁵⁸ Skala mikro to werbalna interakcja zachodząca między lektorami w studiu radiowym bądź między osobami w studiu i dziennikarzem poza nim. Skala makro zaś to komunikowanie nadawcy bezpośredniego w stronę odbiorcy w ramach określonego programu medialnego – zdaniem K. Kaszewskiego jest to komunikacja jednostronna.⁵⁹

O złożoności komunikatów medialnych pisze także E. Szkudlarek-Śmiechowicz. Czyni to jednak z perspektywy tekstologii. Badaczka, opisując funkcjonowanie debaty

⁵⁷ K. Sitkowska, op. cit., 34.

⁵⁸ Rozróżnienie to dotyczy również komunikacji telewizyjnej.

⁵⁹ K. Kaszewski, *Media o sobie*, op. cit., s. 149.

publicznej w przestrzeni telewizyjnej i radiowej, wyróżnia struktury jednokomponentowe i wielokomponentowe. Za strukturę jednokomponentową E. Szkudlarek-Śmiechowicz uznaje rozmowę lub dyskusję, które nie są rozszerzone o żadne dodatkowe elementy strukturalne. Struktura wielokomponentowa to komunikaty medialne „rozbudowane o [...] elementy modułowe (komponenty) makrosytuacyjne, które funkcjonują w nich względnie samodzielnie, mogą być z nich wyłączone, wyodrębnione, a wprowadzone są do programu zawsze przez nadawcę medialnego.”⁶⁰ Moduły makrosytuacyjne to fakultatywny komponent przekazów medialnych, w których dochodzi do podwójnej sytuacji komunikacyjnej – bezpośredniej w skali mikro i pośredniej w skali makro. Budowa modułowa przekazów medialnych, które mają strukturę wielokomponentową, jest narzucona przez nadawcę medialnego ze względu na masowego odbiorcę.⁶¹ Badaczka twierdzi, że wywiady oraz dyskusje w przekazach radiowych i telewizyjnych mogą zostać rozszerzone o elementy dodatkowe – moduły makrosytuacyjne. Choć mają one charakter fakultatywny, to jednak jeśli zostaną wprowadzone w strukturę komunikatu, mogą w znacznym stopniu zmienić interakcję pomiędzy dziennikarzem a gościem.⁶² Moduły makrosytuacyjne mogą być związane z udziałem odbiorców lub być wprowadzone bez ich udziałów. Poniższa tabela prezentuje wskazane przez badaczkę przykłady modułów makrosytuacyjnych.

Tab. nr 7: *Przykłady modułów makrosytuacyjnych jako składników wielokomponentowej struktury komunikatu medialnego*

moduły makrosytuacyjne związane z udziałem odbiorców	wpływające na przebieg interakcji na poziomie mikro-sytuacji	<ul style="list-style-type: none"> • wypowiedź słuchacza/widza • sonda SMS-owa
	niewpływające na przebieg interakcji na poziomie mikro-sytuacji, ale	<ul style="list-style-type: none"> • SMS-y • komentarze internetowe

⁶⁰ E. Szkudlarek-Śmiechowicz, op. cit., s. 64.

⁶¹ Ibidem, s. 64-68.

⁶² Ibidem, s. 69.

	związane tematycznie	
moduły makrosytuacyjne wprowadzone bez udziału odbiorcy	wpływające na przebieg interakcji na poziomie mikro sytuacji i związane z nią tematycznie	<ul style="list-style-type: none"> • materiał filmowy • materiał dźwiękowy
	wpływające na przebieg interakcji na poziomie mikro sytuacji, ale niezwiązane z nią tematycznie	<ul style="list-style-type: none"> • elementy ludyczne (np. piosenka)
	niewpływające na przebieg interakcji na poziomie mikro sytuacji, ale związane z nią tematycznie	<ul style="list-style-type: none"> • napisy • wykresy • inne elementy graficzne

Źródło: opracowanie własne na podst. E. Szkudlarek-Śmiechowicz, *Tekst w radiowej i telewizyjnej debacie politycznej*, Łódź 2010, s. 70.

Wśród modułów makrosytuacyjnych jako składniki wielokomponentowej struktury komunikatu medialnego E. Szkudlarek-Śmiechowicz wyróżniła te związane i niezwiązane z udziałem odbiorców. W modułach zawierających udział odbiorców badaczka wyróżniła wypowiedź słuchacza lub widza oraz sondę SMS-ową, które wpływają na przebieg interakcji na poziomie mikro sytuacyjnym, a także SMS-y i komentarze internetowe, które nie wpływają na przebieg interakcji na poziomie mikro sytuacji, ale związane są z nią tematycznie. W drugiej grupie, modułów pozbawionych udziału odbiorców, badaczka umieściła materiał filmowy albo dźwiękowy, elementy ludyczne (np. piosenka) oraz elementy graficzne (napisy, wykresy, schematy itp.). Materiał filmowy albo dźwiękowy to moduł, który wpływa na przebieg interakcji na poziomie mikro sytuacji i jest z nią związany tematycznie. Elementy

ludyczne wpływają na przebieg interakcji na poziomie mikro-sytuacji, ale nie są powiązane z nią tematycznie. Z kolei elementy graficzne nie wpływają na przebieg interakcji na poziomie mikro-sytuacji, jednakże są z nią związane tematycznie.⁶³

O wielopoziomowości sytuacji komunikacyjnej w telewizji pisze także K. Sitkowska, która podkreśla dwutorowy charakter komunikacji medialnej. Telewizyjną sytuację komunikacyjną cechuje poziom mikro i makro. Utrzymuje ona jednak, że scharakteryzowanie ich znaczących komponentów może być utrudnione, ponieważ mikro-sytuacje są zawsze częścią makro-sytuacji. Niektóre wykładniki komponentów mogą być tożsame dla obydwu poziomów komunikacji.⁶⁴

Komunikacja radiowa ma wymiar makro oraz mikro. Również ma charakter złożony, co wynika z wielogłosowości przekazów radiowych i masowości komunikacji radiowej. Prezentacji sytuacji komunikacyjnej dla radiowych serwisów informacyjnych wraz z jej charakterystyką poświęcone będą kolejne fragmenty dysertacji.

K. Sitkowska podejmuje próbę odpowiedzi na pytania: kto jest nadawcą, kto jest odbiorcą, dążąc do ustalenia układów nadawczo-odbiorczych mających miejsce w komunikacji telewizyjnej. Wśród uczestników komunikacji telewizyjnej wymienia: gospodarzy programu, widzów, gości, publiczność przed kamerami, głosy z off-u, zespół redakcyjny.

W komunikacji radiowej składniki te posiadają następującą charakterystykę. Nadawca w komunikatach werbalnych może ujawniać swoją obecność lub nie. W makro-sytuacjach nadawcą jest „wykonawca” komunikatu. W mikro-sytuacjach nadawca to każda osoba, która może się wypowiedzieć. Odbiorcą w makro-sytuacji jest radiosłuchacz, a w mikro-sytuacjach można wskazać wielu odbiorców⁶⁵. Odbiorca zależy od poziomu komunikacji, który się rozpatruje. Relacja między nadawcą a odbiorcą wynika z ról, jakie odgrywają. Ze względu na instytucjonalność nadawcy oraz masowość komunikacji i anonimowość odbiorcy, makro-sytuacja powinna mieć charakter oficjalny. W mikro-sytuacjach dochodzi do zmiany oficjalności relacji bądź jej złagodzenia. Co więcej, komunikacja medialna charakteryzuje się ograniczeniem możliwości wymiany ról pomiędzy uczestnikami. Rozwój techniki pozwala niwelować te ograniczenia, jednakże uwzględniając strukturę radiowych programów informacyjnych, należy stwierdzić, że spontaniczne wypowiedzianie się przez radiosłuchaczy na antenie w trakcie serwisów nie jest możliwe. Czas nadawania programów radiowych

⁶³ Ibidem, s. 69-70.

⁶⁴ K. Sitkowska, op. cit., s. 40-41.

⁶⁵ Wskazanie konkretnych odbiorców i nadawców w makro- i mikro-sytuacjach znajduje się na kolejnych stronach niniejszego rozdziału.

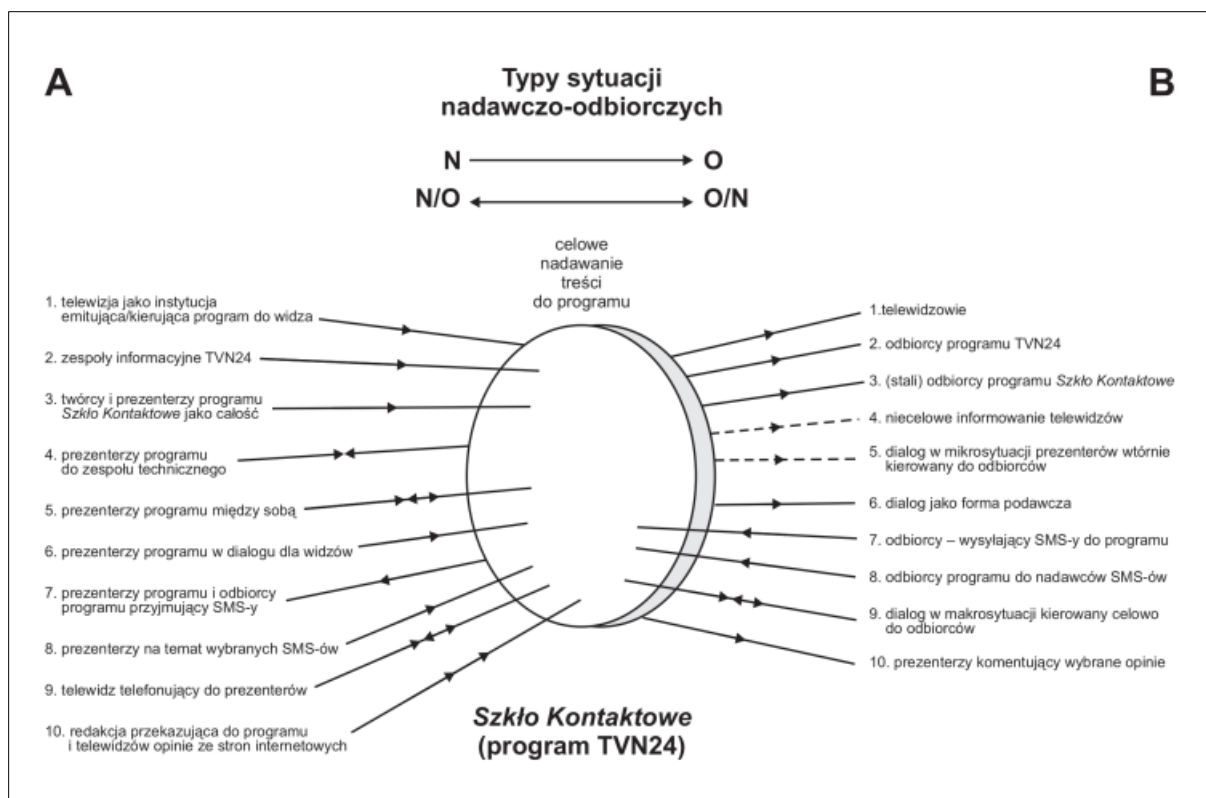
można ujmować dwojako: jako audycję „na żywo” oraz nagranie z wyprzedzeniem. Czas nadawania w mikrosytuacjach nie musi być synchroniczny. Mowa tu przede wszystkim o wykorzystywaniu wcześniej nagranych wypowiedzi dziennikarzy czy ich rozmówców. Ważnym aspektem jest również długość trwania emisji i odbioru – radiosłuchacz może być odbiorcą całości lub części programu. W programach informacyjnych odwoływanie się do uwarunkowań czasowych jest niezbędne wobec jakości przekazywanych informacji. Serwisy co do zasady nadawane są ze studia radiowego, jednak mikrosytuacje powodują zróżnicowanie przestrzeni nadawania w obrębie jednego serwisu (np. wypowiedź reportera z miejsca zdarzenia, sonda uliczna). Wielokodowość jest cechą charakterystyczną dla komunikacji medialnej. W przypadku przekazów radiowych można mówić o kodzie audialnym, składającym się z języka (mowa) oraz innych dźwięków pozajęzykowych (muzyka i różne sygnały dźwiękowe). Powyższe wyznaczniki radiowej sytuacji komunikacyjnej przejawiają się w językowej warstwie komunikatów medialnych.

Choć niniejsza rozprawa dotyczy komunikacji radiowej, powrócę jeszcze raz do przykładu komunikacji telewizyjnej. Anna Krupska-Perek, badając audycję telewizyjną⁶⁶, wyróżniła następujące, kluczowe dla swoich badań, składniki sytuacji komunikacyjnej: kanał przekazu, relację nadawczo-odbiorczą, postać komunikatu oraz szum komunikacyjny (określony przez nią jako *osobliwy* ze względu na jego wartość dla badanego przez nią programu).⁶⁷ Badaczka podkreśla, że nietypowość sytuacji nadawczo-odbiorczej wynika z silnie angażującej odbiorców struktury programu, w której na wizji mają miejsce „indywidualne bezpośrednie lub telefoniczne (ustne) interakcje werbalne między telewidzem a redaktorem prowadzącym czy gościem-komentatorem.” Co ważne, autorka twierdzi, że omawiane interakcje zachodzą również poprzez kanał wizualny – zdjęcia, filmy, sieć internetową czy SMS-y. Wskazane typy sytuacji nadawczo-odbiorczych zilustrowała poniższym schematem.

Rys. nr 4: *Typy sytuacji nadawczo-odbiorczych w magazynie telewizyjnym Szkoło Kontaktowe według Anny Krupskiej-Perek*

⁶⁶ Badana audycja to pochodzący z 2005 roku magazyn satyryczno-polityczny *Szkoło Kontaktowe*, którego pomysłodawcami są Grzegorz Miecugow i Tomasz Sianecki.

⁶⁷ A. Krupska-Perek, *Komunikat w sytuacji medialnej „Szkoła Kontaktowego”*, „Językoznawstwo: współczesne badania, problemy i analizy językoznawcze”, 2009 (3), s. 87.



Źródło: A. Krupska-Perek, *Komunikat w sytuacji medialnej „Szkoła Kontaktowego”*, „Językoznawstwo: współczesne badania, problemy i analizy językoznawcze”, 2009 (3), s. 87.

Rysunek ten pokazuje dziesięć ścieżek nadawczo-odbiorczych zachodzących w *Szkoła Kontaktowym*. Część z nich ma charakter dwukierunkowy, zatem dochodzi do wymienności ról nadawczo-odbiorczych. Do takich sytuacji należą relacje oznaczone na schemacie numerami: 4, 5, 7, 8 i 9. Odbywają się one na poziomie mikro. Ze względu na analizę sytuacji nadawczo-odbiorczych w radiowych serwisach informacyjnych, która zostanie przeprowadzona poniżej, warto omówić je szczegółowo. Sytuacja numer 4 odbywa się między prezenterami programu a członkami zespołu technicznego. Jak pisze badaczka, w tym przypadku mikrosytuacja w sposób niezamierzony staje się częścią makrosytuacji (telewizjowicze). W sytuacji numer 5, będącej dialogiem między prowadzącymi, zachodzi podobne zjawisko – rozmowa pomiędzy dziennikarzami wkracza do poziomu makrosytuacji, ponieważ telewizjowicze stają się przypadkowo, ale świadomie wtórnymi odbiorcami tej komunikacji. W sytuacji numer 7 telewizjowicze wysyłają SMS-y do twórców programu, zatem po stronie odbiorców należy uwzględnić zarówno prowadzących magazyn, jak i odbiorców programu. Kolejny poziom komunikacyjny (linia nr 8) odnosi się do takich elementów programu, w których nadawcy wypowiadają się na temat otrzymanych wiadomości tekstowych, a odbiorcy programu, komentując te wiadomości, odnoszą się do nadawców SMS-ów, którzy

na poziomie makro tak jak oni są odbiorcami. Na uwagę pod kątem dwukierunkowości komunikacji medialnej zasługuje również sytuacja nr 9, zbliżona do poprzednich działań komunikacyjnych. Dochodzi w niej za pomocą telefonu do bezpośredniej, werbalnej interakcji pomiędzy prowadzącymi program a kontaktującym się telewizorem. Dialog ten w mikro sytuacji kierowany jest w zamierzeniu do odbiorców.⁶⁸ Omówione sytuacje potwierdzają wymiennosc ról nadawczo-odbiorczych pojawiających się we współczesnej komunikacji telewizyjnej. Podkreślają także, że sytuacje komunikacyjne na poziomie mikro oraz makro „nakładają się” na siebie, nie są zatem rozłączne.

2.1.5 Typy sytuacji nadawczo-odbiorczych w przebadanych radiowych programach informacyjnych

Relacje nadawczo-odbiorcze zachodzące za pośrednictwem radiowych programów informacyjnych nie są tak złożone, jak w przypadku komunikacji telewizyjnej. Wydaje się jednak, że przyczyną tego nie jest rodzaj przekaźnika, za pomocą którego odbywa się komunikacja (audialne czy audiowizualne medium), a formuła programu, w którym uwzględnia się lub nie interakcje z odbiorcą „na żywo” za pomocą wiadomości tekstowych, rozmów telefonicznych, komunikatorów internetowych, jak Messenger, Instagram, Facebook, stron internetowych lub portali społecznościowych, dających odbiorcom możliwość komentowania publikowanych treści. Mimo tego w radiowych serwisach informacyjnych można wyróżnić wiele specyficznych ścieżek komunikacyjnych na poziomie mikro i makro.

Zanim nastąpi omówienie typów sytuacji nadawczo-odbiorczych, podjęta zostanie próba ustalenia podmiotów, które wchodzi w rolę adresanta i adresata w analizowanym wycinku komunikacji medialnej. Prezentuje je poniższa tabela.

Tab. nr 8: *Nadawcy i odbiorcy w radiowych programach informacyjnych*

	Nadawca (N)	Odbiorca (O)
MAKRO	1. Radiostacja jako instytucja nadająca program	1. Radiosłuchacze
	2. Redakcja informacyjna stacji	2. Odbiorcy programu informacyjnego
	3. Autor/Autorzy	3. Odbiorcy programu informacyjnego

⁶⁸ Ibidem, s. 86-88.

		(radiosłuchacze)
MIKRO	4. Prezenter programów informacyjnych	4. Odbiorcy programów ⁶⁹
	5. Prezenter	5. Prezenter Odbiorca-radiosłuchacz
	6. Prezenter	6. Reporter Odbiorca-radiosłuchacz
	7. Rozmówca	7. Dziennikarz (reporter albo prezenter) Odbiorca-radiosłuchacz

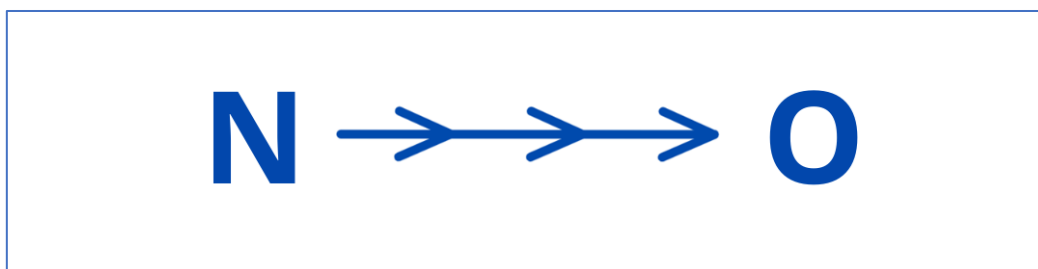
Źródło: opracowanie własne.

Wiersze nr 1-3 określają nadawców i odbiorców na poziomie makrosytuacji, czyli komunikowania masowego. W ogólniejszym spojrzeniu nadawcą jest radiostacja pojmowana jako instytucja medialna nadająca program, a odbiorcą bliżej nieokreśleni radiosłuchacze. W rozumieniu bardziej szczegółowym, zawężającym się do czasu nadawania analizowanego programu, nadawcą jest redakcja informacyjna stacji, w której w skład wchodzi: dyrektor, redaktorzy naczelni, wydawca, redaktorzy, korespondenci oraz serwisanci. Odbiorcą, z kolei, są ci radiosłuchacze, którzy w określonym momencie odbierają (w sposób mniej lub bardziej świadomy) program informacyjny. Inny poziom nadawcy stanowi rzeczywisty twórca programów informacyjnych, czyli autor/autorzy. Dziennikarze tworzący serwisy należą do redakcji lub agencji informacyjnej. Pracując dla niej, wielokrotnie pozostają anonimowi. Ze względu na to, że prezenterzy są bezpośrednimi nadawcami, często odbiorcy uznają ich za autorów programów informacyjnych. Nadawca-autor ma założonego odbiorcę. Nadawcy na poziomie nr 1, 2 i 3 są niesłyszalni dla odbiorców, a ich wpływ na przekaz medialny jest niebezpośredni.

Trzy pierwsze układy ilustruje poniższy schemat. Relacja między nadawcą (radiostacją, redakcją, autorem) a radiosłuchaczem ma charakter jednostronny – odbiorca nie ma możliwości wypowiedzi i nie zachodzi między nim a wskazanymi nadawcami żadna bezpośrednia interakcja. Umieszczona w schemacie strzałka składająca się z kilku grotów w sposób symboliczny oznacza wielopoziomowość układu nadawczego, a także podkreśla, że dla tych poziomów nadawca instytucjonalny nie jest bezpośrednim adresantem.

Rys. nr 5: Schemat komunikacji dla poziomów makro (układy nr 1, 2 i 3)

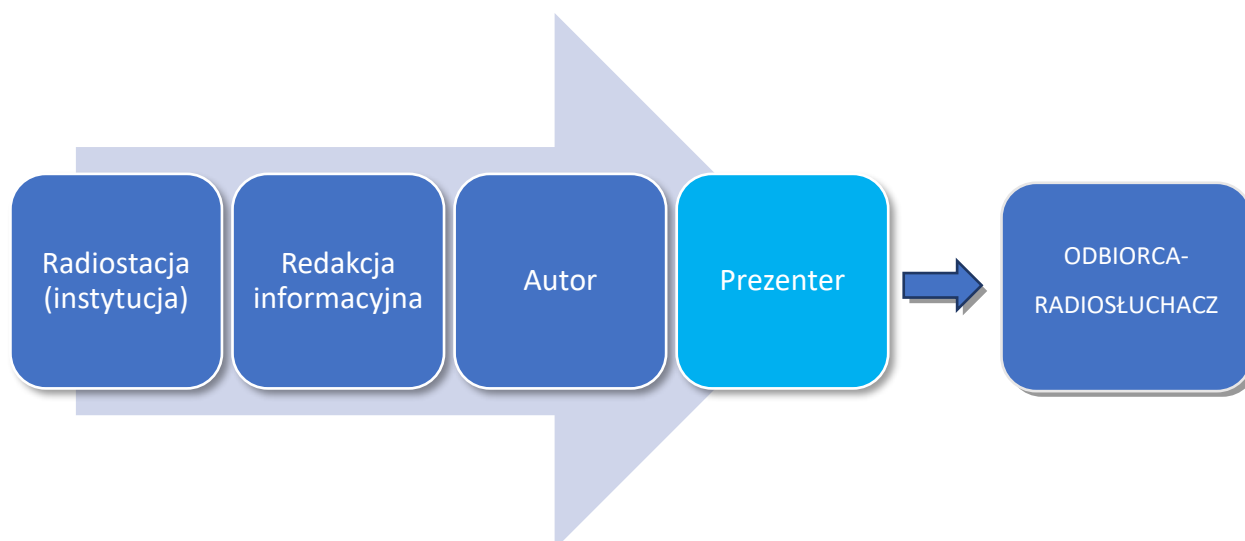
⁶⁹ Nie jest to jednak stała grupa, ponieważ komunikację radiową cechuje również przypadkowość.



Źródło: opracowanie własne.

Wielopoziomowość układu nadawczego w sposób bardziej szczegółowy odzwierciedla poniższy schemat, w którym kolejność wymienionych nadawców nie jest przypadkowa.

Rys. nr 6: *Wielopoziomowość układu nadawczo-odbiorczego w radiowych serwisach informacyjnych*

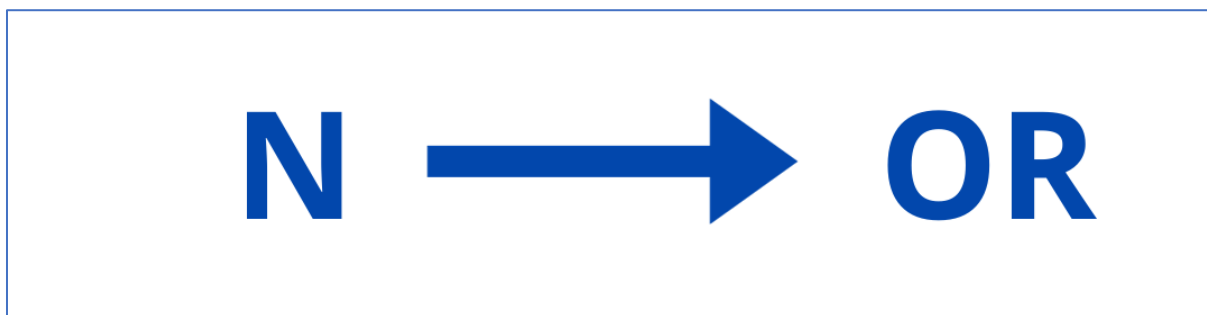


Źródło: opracowanie własne.

Pozostałe wiersze tabeli nr 8 dotyczą sytuacji komunikacyjnych na poziomie mikro. Zaprezentowane układy nadawczo-odbiorcze nie występują jednocześnie, ale stanowią fragmenty całego aktu komunikacyjnego zachodzącego w ramach radiowych programów informacyjnych.

Pierwszym układem nadawczo-odbiorczym na poziomie mikro jest relacja zachodząca pomiędzy prezenterem a radiosłuchaczem (poziom nr 4). Ma ona charakter jednostronny oraz synchroniczny. Prezenter nadaje komunikat w tym samym czasie, w którym radiosłuchacz go odbiera, zatem jest nadawcą bezpośrednim. Jest on też najistotniejszy z perspektywy odbiorczej, ponieważ to jego głos dociera do słuchacza i do niego się przywiązuje. Z nim też utożsamia stację radiową.

Rys. nr 7: Schemat komunikacji dla poziomu w sytuacji nr 4



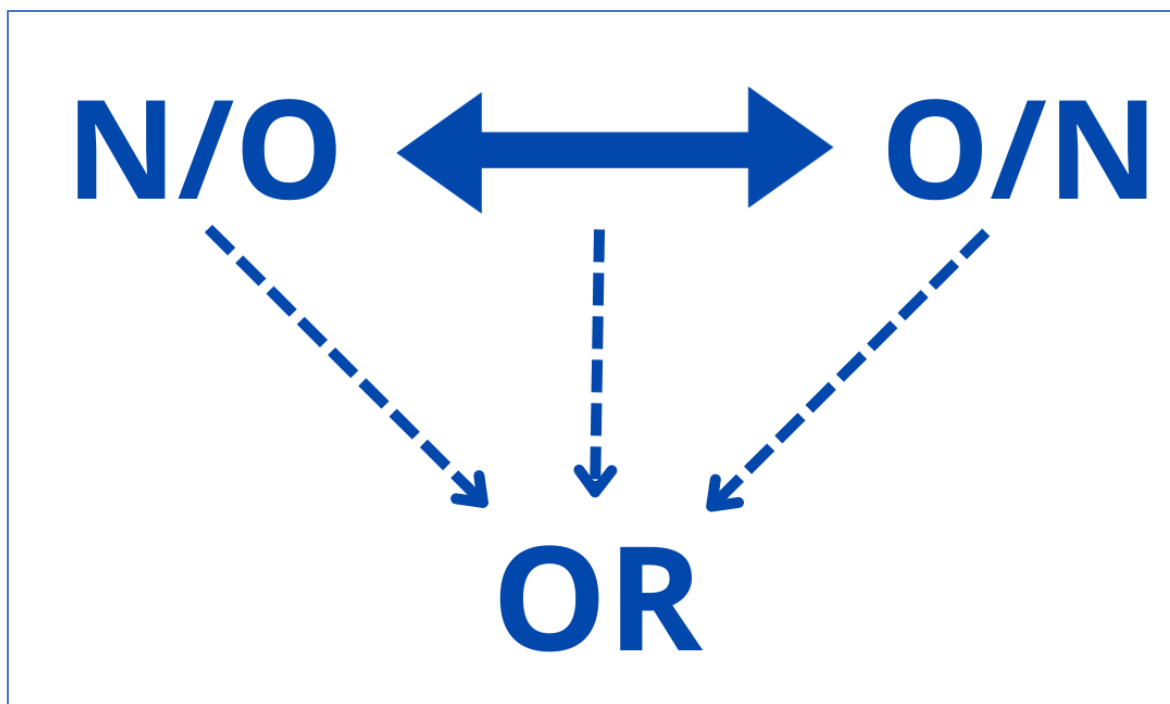
Źródło: opracowanie własne.

Kolejny układ nadawczo-odbiorczy dotyczy programów informacyjnych, w których występuje dwóch prowadzących serwis informacyjny – na zmianę odczytują oni fragmenty newsa. Dla poziomu mikro bezpośrednimi nadawcami i odbiorcami naprzemiennie są dziennikarze radiowi, ich role komunikacyjne są wymienne. Zachodząca między nimi komunikacja odbywa się synchronicznie i zapewne w tym samym miejscu – studiu radiowym. Sytuacji tej przysłuchuje się radiosłuchacz, zatem dla poziomu sytuacji mikro radiosłuchacz jest „drugorzędnym” odbiorcą. Z kolei, na poziomie komunikacji masowej będzie on bezpośrednim odbiorcą.

Następny układ nadawczo-odbiorczy odnosi się do sytuacji, w ramach której pojawia się wypowiedź reportera bądź korespondenta. Co ważne, rozstrzygam tutaj tylko taką sytuację, w której korespondent lub reporter wypowiadają się „na żywo”. Nagrane wcześniej relacje reporterów traktuję jako przywoływanie czyichś słów. Obecność tego układu nadawczego wyznacza interakcja werbalna między prowadzącym a reporterem. Schemat dla tego układu rysuje się podobnie do poprzedniego – komunikacji pomiędzy dziennikarzami przysłuchuje się radiosłuchacz, który dla poziomu komunikacji mikro jest drugorzędnym odbiorcą, a dla poziomu makro odbiorcą bezpośrednim. Na poziomie mikro odbiorcami i nadawcami bezpośrednimi są dziennikarze. Ich komunikacja ma charakter synchroniczny, jednak obie strony komunikują się z innego miejsca.

Układ nadawczy dla poziomu komunikacyjnego nr 5 i 6 prezentuje poniższy szkic.

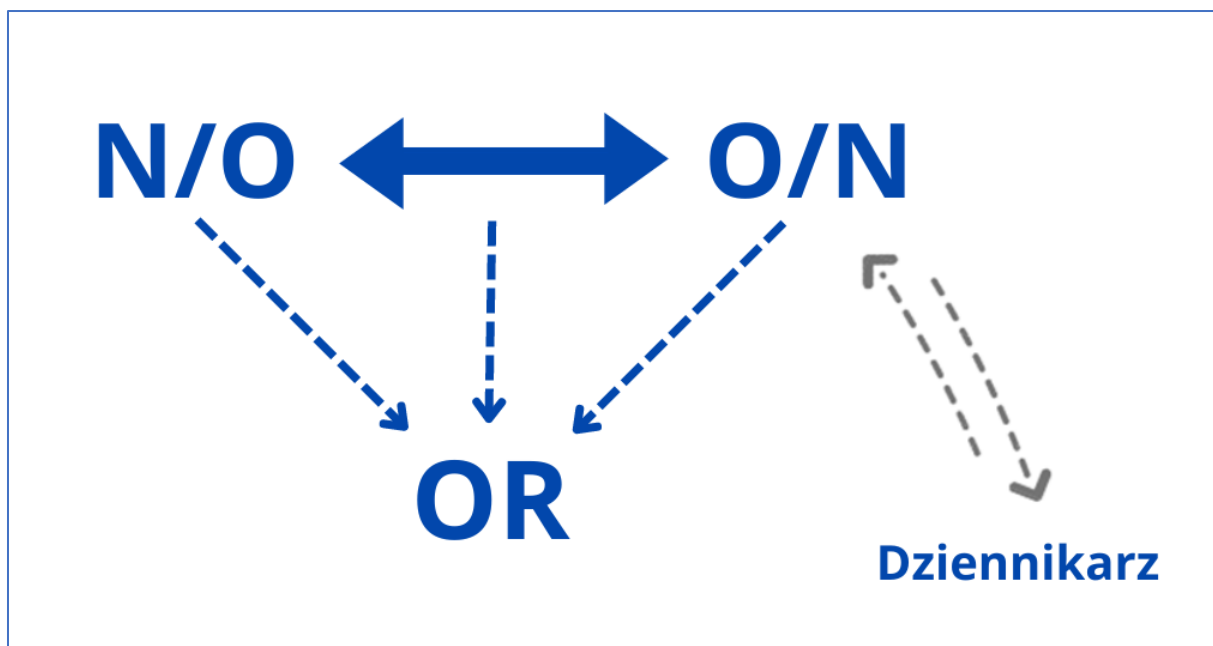
Rys. nr 8: Schemat komunikacji dla poziomu mikro w sytuacja nr 5 i 6



Źródło: opracowanie własne.

Ciekawa sytuacja komunikacyjna ma miejsce wówczas, gdy pojawiają się wypowiedzi rozmówców. Mogą nimi być: ekspert w danej dziedzinie, osoba publiczna, świadek zdarzenia czy zwykły człowiek, nieodgrywający znaczącej roli w kontekście omawianych informacji. Do tego układu komunikacyjnego nie zaliczam ogólnodostępnych dla dziennikarzy wypowiedzi, np. polityków, z tego względu, że mają one charakter cytowania i nie stanowią części realnej komunikacji między dziennikarzem a rozmówcą. Ten układ nadawczo-odbiorczy jest najbardziej złożony. W ramy programu informacyjnego wchodzić może dialog lub polilog pomiędzy dziennikarzem a rozmówcą lub rozmówcami, który odbywa się w innym czasie niż nadawanie radiowego serwisu informacyjnego, stąd układ ten na poniższym schemacie wyróżniony został szarym kolorem. W takiej rozmowie (odtworzanej na antenie radia) nadawcami i odbiorcami bezpośrednimi na przemian są rozmówca i dziennikarz. Radiosłuchacz jest drugorzędnym odbiorcą, przysłuchującym się tej konwersacji. Umieszczenie w programie dialogu, który zawiera w sobie dodatkowo interakcje werbalne, tworzy pozór spontaniczności komunikacji. Co istotne, rozmowa ta jest asynchroniczna względem czasu nadawania i odbioru programu informacyjnego.

Rys. nr 9: Schemat komunikacji dla poziomego mikro w sytuacji nr 7



Źródło: opracowanie własne.

Warto zwrócić uwagę na jeszcze jedną kwestię. Wiąże się ona z komercyjnymi stacjami RMF FM i ZET. Jednym z zabiegów marketingowych tych stacji jest umożliwienie słuchaczowi nadsyłania relacji w postaci zdjęć, filmików czy tekstu dotyczących wydarzeń, których są uczestnikami lub świadkami. Wówczas radiosłuchacz może stać się potencjalnym nadawcą, jednakże w niewielkim stopniu, ponieważ ma tylko wpływ na tematykę serwisów informacyjnych. Sytuacja ta nie została uwzględniona w tabeli prezentującej układy nadawczo-odbiorcze, ponieważ w zebranych materiałach badawczych nie odnaleziono sytuacji, w której dziennikarz poinformowałby, że dana wiadomość pochodzi od słuchacza. Może to wynikać z faktu, że nadsyłane relacje okazywały się mało istotne dla ogólnopolskiej rozgłośni (sprawdziłyby się za to w lokalnych mediach) albo przysłane przez słuchaczy informacje nie były nowością dla redakcji informacyjnej. Obecność takiej formy zaangażowania odbiorcy w tworzenie serwisów informacyjnych wskazuje komunikaty autopromocyjne w formie dżingli przypominające o możliwości nadsyłania materiałów informacyjnych. To pozorne zaangażowanie odbiorcy w kreowanie serwisu ukazuje poniższy schemat. Trudno rozstrzygnąć, na ile realny jest wkład odbiorcy w tworzenie programu, a na ile jest to chwyt marketingowy rozgłośni komercyjnych jawiących się jako stacje radiowe bliskie radiosłuchaczom.

W oparciu o wyróżnione przeze mnie układy nadawczo-odbiorcze radiowych serwisów informacyjnych stworzono tabelę, która charakteryzuje poszczególne poziomy komunikacyjne.

Tab. nr 9: *Charakterystyka układów odbiorczo-nadawczych w radiowych serwisach informacyjnych*

	Poziom	Nadawca	Odbiorca	Relacja	Wymienność ról	Czas i miejsce nadawania	Kod
1.	MAKRO	radiostacja jako instytucja nadająca program	radiosłuchacze	oficjalna	możliwa, ale nie nieograniczona	ten sam czas, różne miejsca	językowy (mowa), audialny
2.	MAKRO	redakcja informacyjna stacji	odbiorcy programu informacyjnego (radiosłuchacze)	oficjalna lub nieoficjalna	możliwa, ale nie nieograniczona	inny czas, różne miejsca	językowy (mowa), audialny
3.	MIKRO	bezpośredni twórcy i prezenterzy programów informacyjnych	odbiorcy programów	oficjalna lub nieoficjalna	możliwa, ale nie nieograniczona	ten sam czas, inne miejsce	językowy (mowa), audialny
4.	MIKRO	prezenterzy programu (między sobą)	prowadzący (pierwotny)	nieoficjalna	możliwa i nieograniczona	ten sam czas i to samo miejsce	językowy (mowa), audialny
			odbiorca programu (wtórny)	oficjalna lub nieoficjalna	niemożliwa	ten sam czas, inne miejsce	
5.	MIKRO	prezenterzy a reporterzy	reporter / prowadzący	nieoficjalna	możliwa i nieograniczona	ten sam czas, inne miejsce	językowy (mowa), audialny
			odbiorca programu (wtórny)	oficjalna lub nieoficjalna	niemożliwa	ten sam czas, inne miejsce	
6.	MIKRO	rozmówca (osoba wypowiadająca się, osoba cytowana)	prezenter	oficjalna	możliwa i ograniczona	trudne do określenia	językowy (mowa), audialny
			odbiorca programu	oficjalna	niemożliwa	ten sam czas, inne miejsce	
7.	MIKRO	radiosłuchacz zgłaszający news (wtórny)	redakcja informacyjna oraz prowadzący	-	możliwa i ograniczona	trudne do określenia	językowy (mowa), audialny

			pozostali radiosłuchacze, odbiorcy programu	oficjalna	niemożliwa	inny czas i inne miejsce	
--	--	--	--	-----------	------------	--------------------------------	--

Źródło: opracowanie własne.

Typ relacji nadawczo-odbiorczych zależy jest od typu nadawcy instytucjonalnego. Relacja bezpośredni nadawca (dziennikarz wypowiadający się na antenie) – radiosłuchacz w radiu komercyjnym ma charakter nieoficjalny, w radiu publicznym oraz w radiu katolickim – oficjalny. Specyfika komunikacji radiowej oraz serwisu informacyjnego sprawia, że choć jest możliwa wymiennosc ról nadawczo-odbiorczych, to jest ona jednak ograniczona przez czas trwania programu, możliwości techniczne komunikacji i ograniczenie wpływu odbiorcy na program informacyjny. Kwestia ta z pewnością wygląda inaczej w przypadku programów o mniej skostniałej strukturze, mniej poważnej tematyce oraz bardziej rozrywkowym charakterze. Nawet w serwisach informacyjnych radia RMF FM oraz ZET, choć pojawia się w nich miejsce na rozrywkowe elementy, brak spontanicznych, nadawanych na żywo wypowiedzi radiosłuchaczy. Miejscem na spontaniczność i naturalną, potoczną komunikację jest relacja dziennikarz-dziennikarz.

Powyższa analiza pozwala na wyodrębnienie układów nadawczo-odbiorczych, które są dostępne określonymu słuchaczowi i występują na poziomie mikro sytuacji komunikacyjnej. Nie występują we wszystkich analizowanych serwisach informacyjnych.

Tab. nr 10: *Występowanie bezpośrednio dostępnymi adresatowi układów nadawczo-odbiorczych w badanych programach informacyjnych*

Serwis	Układ prowadzący-	Układ prowadzący-	Układ prowadzący-	Układ prowadzący-
--------	----------------------	----------------------	----------------------	----------------------

informacyjny rozgłośni	radiosłuchacz	prowadzący	reporter	rozmówca
PR1	+	+	+	+
PR3	+	+	+	+
RMF	+	-	+	+
ZET	+	+	+	+
Radio Maryja	+	+	+	+
Radio Niepokalanów	+	-	+	-

Źródło: opracowanie własne.

Układ prowadzący-radiosłuchacz jest podstawowym i obligatoryjnym elementem komunikacji medialnej, dlatego występuje we wszystkich analizowanych programach informacyjnych. Układ prowadzący-prowadzący można znaleźć w *Wiadomościach* Radia ZET oraz w *Serwisie* Radia Maryja. Wynika to ze sposobu przedstawiania informacji i liczby serwisantów odczytujących treść newsów. W programach tych zazwyczaj występuje dwóch prowadzących i są nimi kobieta oraz mężczyzna. Układ prowadzący-reporter oraz prowadzący-rozmówca również występują we wszystkich analizowanych programach, co jest spowodowane strukturą serwisu – w ramach newsów odczytywanych przez spikerów pojawiają się wypowiedzi reporterów nawiązujące do tematyki wiadomości, a także rozmówców. Obecność poszczególnych typów relacji nadawczo-odbiorczych uwarunkowana jest strukturą programu informacyjnego oraz formą jego prezentowania.

Kolejną ważną kwestią jest językowy sposób budowania relacji nadawczo-odbiorczych. W przypadku wielu programów informacyjnych choć zachodzą układy komunikacyjne, nie dochodzi do bezpośrednich interakcji językowych pomiędzy twórcami komunikatów. W niniejszej części zostanie scharakteryzowany kod językowy występujący we wybranych układach nadawczo-odbiorczych.

2.1.5.1 Układ prowadzący-radiosłuchacz

Ze względu na to, że budowanie relacji z odbiorcami jest istotne dla komunikacji medialnej, warto przeanalizować sposób, w jaki nadawcy medialni zwracają się do radiosłuchaczy.⁷⁰

⁷⁰ Kwestię tę poruszyłam w artykule *Językowe sposoby budowania relacji z odbiorcą radiowych programów informacyjnych*. Powyższa analiza będzie stanowiła uzupełnienie wcześniejszych badań. (por. M. Pokorska, *Językowe sposoby budowania relacji z odbiorcą radiowych programów informacyjnych*, „Forum Lingwistyczne”, 2022 (9), s. 1-14).

Uzupełnieniem poniższych rozważań będzie rozdział czwarty, poświęcony ramie tekstu, w którym omówione zostały struktury językowe występujące w formułach inicjalnych i finalnych.

W Programie Pierwszym Polskiego Radia relacja prowadzący-słuchacz ma charakter oficjalny, dlatego nadawcy, kiedy kierują swoje wypowiedzi do odbiorców, używają formy *Państwo*. Pokazuje to poniższy reprezentatywny przykłady.

1. Tomasz Marciniuk (prowadzący): Aktualności radiowej Jedyнки. Tomasz Marciniuk. Witam **Państwa** i zapraszam. [PR 27.03.2020 15:00]

Należy dodać, że taka forma zwracania się do odbiorców występuje rzadko, a jeśli się pojawia, to tylko na początku programu w ramach rozpoczęcia i powitania radiosłuchaczy. W radiowych serwisach informacyjnych Jedyнки częściej nie ujawnia się językowo obecności odbiorcy. W przypadku drugiego podmiotu publicznego językowe sposoby zwracania się do odbiorców wyglądają w sposób podobny. W przeanalizowanym korpusie tekstu nie odnaleziono żadnych językowych form zwracania się do odbiorców, zatem należy stwierdzić, że w serwisie Programu Trzeciego Polskiego Radia brak bezpośrednich zwrotów do odbiorców.

2. Anna Kowalik-Brenkat (prowadząca): Program Trzeci Polskiego Radia. Piątek. 31 stycznia. Minęła dziesiąta. Anna Kowalik-Brenkat i zapraszam na *Serwis* Trójki. [PR3 31.01.2020 10:00]

Całkowicie odmienne działania językowe występują w serwisach stacji RMF FM oraz ZET. Jak już to zostało wcześniej przedstawione, relacja nadawca-odbiorca u nadawcy komercyjnego mają charakter nieoficjalny, co ma swoje odzwierciedlenie w języku.

W *Faktach* RMF FM licznie stosowane są czasowniki w formie drugiej osoby liczby mnogiej.

3. Prowadzący: Jak **wiecie** z *Faktów*, Nowak został zatrzymany w związku z podejrzeniem korupcji i prania pieniędzy. [RMF 15.09.2020 10:00]
4. Bogdan Zalewski (prowadzący): Polecamy też. A więcej o książce **znajdziecie** na rmf24.pl [RMF 15.09.2020 12:00]
5. Prowadząca: Jak **wiecie** z Radia ZET, są w sumie nowe zachorowania, do tej pory w Polsce zaraziły się tysiąc dwieście czterdzieści cztery osoby. Szesnaście zmarło. [ZET 27.03.2020 10:00]

Nieoficjalność komunikacji to cecha dystynktywna serwisów informacyjnych stacji komercyjnych, co jest spowodowane chęcią zmniejszenia dystansu między nadawcą a odbiorcą, imitacji wzajemnej bliskości oraz wprowadzenia swobodnej i nieoficjalnej atmosfery w komunikacji. Co więcej, taki sposób zwracania się do radiosłuchaczy wskazuje na równość między prowadzącymi a odbiorcami. Nieoficjalność relacji buduje się także przez stosowanie zaimków *my* czy *wy* i *wasz* w różnych formach fleksyjnych.⁷¹

6. Katarzyna Staszko (prowadząca): Najważniejsze fakty co pół godziny tylko w RMF FM. Specjalnie dla **was** kolejne z nich punktualnie o siedemnastej przedstawi Katarzyna Staszko. Prosimy. [RMF 27.03.2020 17:00]
7. Karolina Michalik: Jeśli macie wątpliwości albo pytania, zadamy je w **waszym** imieniu. Adres fakty@rmf.fm jest do waszej dyspozycji. [RMF 27.03.2020 19:00]

Oprócz tego w układzie nadawca-odbiorca występują formy czasownika w pierwszej osobie liczby mnogiej, tzw. *my* inkluzywne, inaczej *inclusivus*, uwzględniające odbiorcę jako podmiot (tzw. 'ja albo my wraz z tobą').

8. Daniel Dyg (prowadzący): Powoli zbliża się trzynasta. **Posłuchajmy** zatem najświeższych Faktów w RMF FM, które przygotował **dla nas** i przedstawi Tomasz Staniszewski. [RMF FM 26.10.2020 13:00]
9. Prowadząca: **Sprawdzamy**, co dzieje się w Dolinie Chochołowskiej. [ZET 24.06.2020 10:00]
10. Prowadzący: Czyli czas na *Wiadomości ekonomiczne*.
Paweł Nadrowski: **Wybieramy się** na zakupy. Zapraszam. [ZET 25.06.2020 10:00]

My inkluzywne to powszechny sposób budowania wspólnoty komunikacyjnej z odbiorcą. Forma ta daje odbiorcy pozorne poczucie bliskości z nadawcą medialnym. Przekaz form pluralnych wzmocniony jest także przez zastosowanie czasu teraźniejszego. Podkreśla on, że dany serwis informacyjny rozgrywa się tu i teraz, a wszystkie prezentowane informacje są najświeższe. *Inclusivus* może występować również w formie wariantywnej – w wyrażeniach przyimkowych (np. *dla nas*).⁷² Na szczególne omówienie zasługuje przykład nr 9. Niekiedy nie da się jednoznacznie stwierdzić, czy pierwszoosobowa forma czasownika w liczbie mnogiej należy do formy *inclusivus* czy *exclusivus* bez poznania prawdziwych intencji nadawcy, dlatego przykład *Sprawdzamy, co dzieje się w Dolinie Chochołowskiej* należy rozpatrywać na dwa sposoby. Z jednej strony czasownik ten (o charakterze metatekstowym)

⁷¹ M. Pokorska, *Językowe sposoby budowania relacji z odbiorcą radiowych programów informacyjnych*, op. cit., s. 9.

⁷² *Ibidem*, s. 6.

opisuje działania nadawcy, jakie wykonuje dla odbiorcy w celu zdobycia najświeższych i najistotniejszych informacji. Wówczas nie uwzględnia się odbiorców jako wykonawców tej czynności. *Exclusivus* zatem uwypukla starania redakcji informacyjnej w tworzeniu odpowiadających radiosłuchaczom serwisów. Z drugiej strony, gdy uzna się, że leksem *sprawdzamy* tworzy formę *inclusivusa*, radiosłuchacz staje się współwykonawcą działań nadawcy i pozornym współtwórcą radiowych serwisów informacyjnych. Takie działanie językowe może służyć zacieśnieniu relacji komunikacyjnych.

W Radiu Maryja relacja nadawca-odbiorca ma charakter oficjalny, zapewne ze względu na starszy wiek znacznej grupy odbiorców tej rozgłośni i uszanowanie ich przyzwyczajęń językowych. Prowadzący komunikują się względem odbiorców, stosując formę grzecznościową *Państwo*.

11. Prowadzący: To był serwis informacyjny na antenie Radia Maryja. Więcej informacji **znajdą Państwo** na stronie internetowej naszej rozgłośni. Przed nami jeszcze prognoza pogody. [RM 8.01.2020 10:00]

Formy oficjalne pozornie zwiększają dystans między spikerami siedzącymi przy mikrofonach radiowych a słuchaczami będącymi przy radioodbiornikach. Można jednak stwierdzić, że jest to zamierzone, formy grzecznościowe wyrażają bowiem szacunek względem rozmówców. Mogą nawet wskazywać na nadrzędną pozycję słuchaczy Radia Maryja w relacji odbiorca-nadawca, dzięki czemu odbiorca może poczuć się zauważony i doceniony.⁷³

Tym, co odróżnia sposób zwracania się do odbiorców w Radiu Maryja oraz u nadawcy publicznego, jest zastosowanie form inkluzywnych (w wersji tradycyjnej i wariantywnej) w ramach komunikacji oficjalnej. Pokazują to poniższe przykłady:

12. Prowadzący: Tą wiadomością **zamykamy** to wydanie. Kolejne informacje prześlemy o jedenastej. [RM 9.01.2020 10:00]⁷⁴
13. Prowadzący: To był serwis informacyjny na antenie Radia Maryja. Więcej informacji **znajdą Państwo** na stronie internetowej naszej rozgłośni. **Przed nami** jeszcze prognoza pogody. [RM 25.06.2020 10:00]

⁷³ Ibidem, s. 9-10.

⁷⁴ Formę *zamykamy* można traktować dwojako: jako formę *my* inkluzywnego albo ekskluzywnego. Trudno o jednoznaczną interpretację, nie znając intencji nadawcy. Przykład ten jest analogiczny do omówionego czasownika *sprawdzamy*.

Obok form inkluzywnych można znaleźć formy ekskluzywne, które wbrew pozorom nie wkluczają odbiorcy ze wspólnoty komunikacyjnej, ale budują pozytywny wizerunek nadawcy.

14. Prowadzący: tu Radio Maryja. W naszym programie **zapraszamy** na Wiadomości. [dźwięki] [RM 24.06.2020 10:00]
15. Prowadzący: Były to Wiadomości w Radiu Maryja. Po więcej **odsyłamy** na nasz portal internetowy. A teraz jeszcze prognoza pogody. [dźwięki zapowiadający pogodę] [RM 24.06.2020 10:00]

Jak pisze G. Stachyra⁷⁵, stosowanie form *exclusivusa* jest wyrazem silnej identyfikacji spikerów z rozgłośnią, ponieważ forma ta implikuje następującą informację: „Jestem dumny, że tu pracuję.” Partner komunikacji to nie tylko ktoś, kto na równi traktuje swojego odbiorcę, ale także strona, która wykazuje, że odbiorca jest dla niego ważny. Prezentowanie się od jak najlepszej strony stanowi wyraz zaangażowania w komunikację i świadczy o chęci jej kontynuowania. Ponadto pozytywny wizerunek rozgłośni, suponowany w zaprezentowanych przykładach, ma znaczenie w budowaniu partnerskiej relacji z odbiorcą, świadczy bowiem o autentyczności i dostępności nadawców, co dla odbiorców stacji komercyjnych może być niezwykle istotne. Nadawca buduje w ten sposób pozytywny obraz samego siebie. Zatem taki komunikat pełni funkcję autopromocyjną.⁷⁶

W *Wiadomościach* Radia Niepokalanów nie zauważono bezpośrednich zwrotów do odbiorców, podobnie jak ma to miejsce w serwisach rozgłośni publicznej. Może to wynikać z faktu, że twórcami tych trzech programów jest ta sama *Informacyjna Agencja Radiowa*, co nie oznacza, że serwisy te są identyczne, ale mogą mieć pewne cechy wspólne. Po drugie, audycje te cechuje mało swobodny oraz stonowany język, mało jest w nich przestrzeni na komunikaty o dominującej funkcji innej niż informatywna.

- **Układ prowadzący-prowadzący**

Analiza językowa komunikacji zachodzącej pomiędzy dwoma prowadzącymi serwis dotyczyć będzie tylko tych rozgłośni, w których audycje informacyjne odczytywane są przez dwóch serwisantów.

⁷⁵ G. Stachyra, *Gatunki w radiu sformatowanym*, Lublin 2008, s. 72.

⁷⁶ M. Pokorska, *Językowe sposoby budowania relacji z odbiorcą radiowych programów informacyjnych*, op. cit., s. 8.

W Programie Pierwszym Polskiego Radia nie jest to częstym zjawiskiem, ale kiedy występuje dwóch prowadzących, to komunikacja między nimi polega przede wszystkim na wymiennym odczytywaniu informacji. Nie dochodzi między nimi do żadnych bezpośrednich interakcji.

16. Prowadzący: W Berlinie trwają rozmowy polskiego Premiera z niemiecką Kanclerz. Mateusz Morawiecki i Angela Merkel spotkali się na roboczym śniadaniu.

Prowadząca: Według zapowiedzi rzecznika rządu rozmowy polityków dotyczą przyszłości Unii, polityki klimatycznej i nowego unijnego budżetu.

Prowadzący: W sobotę szef Rady Europejskiej zapowiedział nadzwyczajny szczyt na temat nowego długoletniego planu wydatków wspólnoty.

Prowadząca: A kwestia budżetu mocno dzieli Unię. Kraje, które wpłacają do unijnej kasy więcej niż z niej otrzymują, chcą ograniczenia wydatków. Pozostałe państwa, w tym Polska, nie zgadzają się na cięcia. [PR1 28.01.2020 9:00]

Spójność ich komunikacji buduje warstwa tematyczna wypowiedzi.

W Radiu ZET jest podobnie – prowadzący i prowadząca na zmianę odczytują krótki fragment newsa, nie wchodząc w żadną interakcję.

17. [dźwięki zawierający komunikat: *Takie są Wiadomości Radia ZET*]

Michał Adamiuk (prowadzący): A w nich akcja ekologów w Wielkopolsce. Organizacja *Zielona Fala* blokuje od rana wielką koparkę w odkrywcę węgla brunatnego Tomisławice.

Agnieszka Ratusznik (prowadząca): Wywiesili na niej ogromny transparent. Na miejscu jest policja. Negocjatorzy są w drodze.

Michał Adamiuk: Bociany też powoli startują do Polski. Na ich powrót szykuje się dyrekcja ochrony środowiska w Katowicach.

Agnieszka Ratusznik: Jeden ptasi dom może ważyć nawet kilka ton, dlatego żeby nie uszkodził linii energetycznych, domów i kominów musi zostać wyremontowany. [ZET 9.03.2020 10:00]

Sytuacja wygląda nieco inaczej w tych częściach programu, które pełnią funkcję autopromocyjną i mają zachęcić radiosłuchaczy do pozostania przy radioodbiornikach oraz wysłuchania kolejnych serwisów. Dochodzi w nich do pozornego dialogu między prowadzącym lub prowadzącymi aktualny serwis a osobą mającą prowadzić kolejne wydanie programu. Taką sytuację komunikacyjną demonstruje poniższy przykład.

18. Michał Adamiuk (prowadzący): Tłumaczy Mirosława Mirczyk-Sawicka z Regionalnej Dyrekcji Ochrony Środowiska w Katowicach. To ostatni moment, bo bociany są już w drodze.
Agnieszka Ratusznik (prowadzący): **A z nami już Paula Michalik.**

Paula Michalik (rozmówczyni⁷⁷): **Dzień dobry.**

Agnieszka Ratusznik: **Dzień dobry. Co w kolejnych *Wiadomościach*?**

Paula Michalik (rozmówca): Główny Inspektor Sanitarny rekomenduje odwołanie wszystkich imprez powyżej tysiąca osób, a reporterzy Radia ZET sprawdzają w teatrach, w kinach, jak to wygląda w praktyce. Będą przeliczać ludzi? A jak przyjdzie tysiąc jeden osób, to co? Będzie też ta jaśniejsza strona koronawirusa. Jak ten drobnoustrój zmienia nasze utarte zwyczaje? Zapraszam od jedenastej. [ZET 9.03.2021 10:00]

Elementy rozmowy między prowadzącymi to: przedstawienie spikera z imienia i nazwiska, przywitanie się (w sposób oficjalny lub uniwersalny za pomocą formuły *dzień dobry*), pytanie do prowadzącego i wyczerpująca odpowiedź. Pytanie zazwyczaj dotyczy tematów newsów, które mają się pojawić w następnych wydaniach. Warto zauważyć, że w tych rozmowach prowadzący wypowiada się poniekąd w imieniu odbiorców, staje się ich głosem.

W Radiu Maryja również układ prowadzący-prowadzący polega na wymiennym odczytywaniu informacji z taką różnicą, że odczytują oni dłuższe fragmenty newsa niż pozostali nadawcy.

19. Prowadzący: W związku z pracami nad przygotowaniem opinii delegacja Komisji Weneckiej przyjeżdża dziś do Polski. W programie wizyty znalazło się między innymi spotkanie z Marszałkiem Tomaszem Grodzkim, Rzecznikiem Praw Obywatelskich i z Pierwszą Prezes Sądu Najwyższego.

Prowadząca: Przedstawiciele Komisji Weneckiej chcieliby także spotkać się z Ministrem Sprawiedliwości Zbigniewem Ziobro. Szef resortu w audycji „Rozmowy niedokończone” na antenie Telewizji Trwam podkreślił, że Marszałek Senatu przekroczył swoje kompetencje. [RM 9.01.2020 10:00]

Warto zaznaczyć, że zawsze, kiedy w programie informacyjnym występuje dwóch prowadzących, jest to kobieta i mężczyzna. Jak pisze K. Kaszewski, „różnica głosów wzmacnia dynamikę przekazu, dodaje mu atrakcyjności oraz ułatwia zapamiętywanie.”⁷⁸

⁷⁷ Co ciekawe, w przykładzie nr 18 dziennikarka Paula Michalik, pracująca jako prezenterka wiadomości, wchodzi w rolę rozmówczyni, ponieważ nie prowadzi aktualnego programu, a jedynie jako uczestnik wywiadu zapowiada tematy kolejnych wiadomości.

⁷⁸ K. Kaszewski, *Media o sobie*, op. cit., s. 279.

- **Układ prowadzący-dziennikarz**

Wypowiedź reportera bądź korespondenta to tradycyjny element struktury programów informacyjnych, który dynamizuje i urozmaica przekaz. Relacje reporterskie w formie materiału z miejsca zdarzenia gotowe do bezpośredniego przekazania na antenie w strukturze serwisów informacyjnych określa się mianem informacji poszerzonej.⁷⁹

Przy analizie tego układu komunikacyjnego warto zwrócić uwagę na językowe elementy łączące części radiowych serwisów informacyjnych – news oraz komentarz reporterski. Świadczą one nie tylko o charakterze relacji między nadawcami medialnymi, ale także stanowią budulec spójności między poszczególnymi elementami serwisu.

W Programie Pierwszym Polskiego Radia po odczytaniu treści newsa spiker zapowiada pojawienie się wypowiedzi reportera przez poinformowanie odbiorców, że znajduje się on w miejscu zdarzenia i przedstawienie go z imienia i nazwiska. Czyni to zazwyczaj za pomocą rozpowszechnionego w wypowiedziach dziennikarskich frazemu na *miejscu*. Następnie lektor wita się z dziennikarzem. Reporter odpowiada na powitanie, które można odebrać jako komunikat skierowany zarówno do współpracownika, jak i radiosłuchacza, po czym następuje pytanie od prowadzącego serwis precyzujące treść wypowiedzi reporterskiej. Po wypowiedzi dziennikarskiej głos ponownie przejmuje lektor, który jeszcze raz z imienia i nazwiska przedstawia reportera i dziękuje mu za relację w imieniu swoim i jednocześnie w imieniu odbiorców radiowych.

20. Maria Furdyna (prowadząca): W Pałacu Prezydenckim rozpoczyna się spotkanie Prezydenta Andrzeja Dudy z przedstawicielami instytucji finansowych. **Na miejscu jest Sylwia Białek. Dzień dobry.**

Sylwia Białek (reporterka): **Witam serdecznie.**

Maria Furdyna: **Powiedz, jaki jest cel tego spotkania.**

Sylwia Białek: To spotkanie ma na celu (...). Po rozmowach zaplanowano briefing Prezydenta.

Maria Furdyna: **Sylwia Białek. Dziękuję za relację.** [PR1 12.03.2020 10:00]

Taka komunikacja ukazuje pozytywne relacje między dziennikarzami będącymi nadawcami bezpośrednimi. O pozytywnej więzi świadczą grzecznościowe akty mowy powitania i podziękowania, wzmocnione na przykład poprzez określenie *serdecznie*.

Niekiedy wypowiedź reportera pojawia się bez żadnych zapowiedzi ze strony spikera i nie dochodzi do bezpośrednich interakcji między nimi. Wówczas to reporter na koniec

⁷⁹ *Słownik terminologii medialnej*, op. cit., s. 129.

relacji podaje swoje imię i nazwisko, instytucję medialną, do której należy, oraz miejsce, z którego nadaje komunikat.

21. Maria Furdyna: Decyzję tę skrytykował szef Rady Europejskiej Charles Michel.

Beata Płomecka: Należy (...) Unii Europejskiej. **Beata Płomecka. Polskie Radio. Bruksela.**

[PR1 12.03.2020 10:00]

Czasem jednak prowadzący przedstawia reportera, ale nie wchodzi z nim w pozorny dialog. Czyni to za pomocą równoważników zdań o charakterze metatekstowym, np. *Więcej na ten temat Witold Banach* lub *o szczegółach Beata Płomecka*.

22. Olaf Ważyński (prowadzący): Dziś rocznica czerwca siedemdziesiąt sześć. (...) **Więcej na ten temat Witold Banach.**

Witold Banach (reporter): W Radomiu (...) skazanych na karę więzienia. [PR1 29.06.2020 10:00]

23. Prowadzący: A dokąd będą mogli podróżować obywatele krajów unijnych? Decyzję w tej sprawie mają podjąć dziś ich ambasadorowie, chodzi o miejsca poza wspólnotą, z którymi Unia Europejska otworzy granicę w środę pierwszego lipca. **O szczegółach Beata Płomecka.**

Beata Płomecka: Decyzja Unii o otwarciu granic zewnętrznych ma być uzależniona od sytuacji epidemicznej panującej w kraju spoza wspólnoty i od wskaźnika liczby zakażeń. [PR1 29.06.2020 9:00]

Program Trzeci Polskiego Radia, zapewne ze względu na tożsamość nadawcy medialnego, w podobnej formie tworzy układ komunikacyjny prowadzący-spiker. Jednym ze sposobów jest zapowiedź relacji reporterskiej za pomocą zdania, zazwyczaj rozbudowanego, które ma charakter metatekstowy oraz opisuje czynności dziennikarzy wykonywane w ramach realizacji gatunku, jakim jest program informacyjny, np. *Łączymy się z Agnieszką Jasiek, która jest na miejscu*. Po wprowadzeniu spiker zwraca się do reportera w sposób bezpośredni, wypowiadając imię dziennikarza w formie wołacza. Taka apostrofa świadczy o dbaniu o poprawność językową nadawcy – wołacz jest zanikającą formą fleksyjną, która w mowie potocznej jest coraz rzadziej stosowana⁸⁰. Po drugie, jedną z podstawowych funkcji wołacza jest funkcja adresatywna. Forma wołacza jest bezpośrednia, zmniejsza dystans pomiędzy uczestnikami komunikacji, precyzyjnie określa odbiorcę oraz wyraża szacunek względem osoby, do której kieruje się komunikat.⁸¹ Po zastosowaniu apostrofy nadawca wprowadza

⁸⁰ A. Wilkoń, *Typologia odmian językowych współczesnej polszczyzny*, Katowice 2000, s. 44.

⁸¹ A. Pławecka, *Współczesne funkcje wołacza*, „Studia Językoznawcze”, 2021 (20), s. 135-136.

temat, wypowiadając zdanie oznajmujące zawierające informację, którą ma rozwinąć reporter. Po raz kolejny taka wypowiedź pełni funkcję pozornego dialogu.

24. Artur Ewertowski (prowadzący): Rząd apeluje o racjonalne zachowanie w sklepach – mówiła o tym na konferencji prasowej minister rozwoju wraz z szefem Kancelarii Premiera. **Łączymy się z Agnieszką Jasiak, która jest na miejscu. Agnieszko, rozumiem, że możemy być pewni, że sklepy nie zostaną zamknięte.**

Agnieszka Jasiak (reporterka): Dokładnie, sklepy nie zostaną zamknięte – podkreślała z całą mocą na konferencji minister rozwoju Jadwiga Emilewicz. [PR3 11.03.2020 12:00]

Tak jak w Programie Pierwszym Polskiego Radia niekiedy przejście od newsa do relacji dziennikarskiej następuje bez żadnych werbalnych środków i interakcji między nadawcami bezpośrednimi. Wówczas obligatoryjnym elementem jest podanie swojego imienia i nazwiska przez reportera na końcu wypowiedzi.

25. Artur Ewertowski: Na **całym świecie odnotowano prawie sto trzydzieści tysięcy zakażeń.**

Wojciech Cegielski (reporter): Od poniedziałku wszyscy wracający do kraju (...) Zamknięta jest między innymi Bazylika Bożego Narodzenia w Betlejem. **Wojciech Cegielski. Polskie Radio.** [PR3 6.03.2020 12:00]

Tym, co odróżnia w układzie prowadzący-dziennikarz Program Trzeci Polskiego Radia od Programu Pierwszego, jest niestosowanie formuł grzecznościowych wyrażających powitania i podziękowania. Ich brak nie pozwala na stworzenie u odbiorcy wrażenia „dziania się” programu informacyjnego na żywo, co uwypuklałoby świeżość i autentyczność przekazywanych informacji.

W stacjach komercyjnych środki werbalne tworzące komunikacyjną wspólnotę między prowadzącym a reporterem są zasadniczo podobne. Tym, co je odróżnia od języka komunikacji nadawcy medialnego, jest częstotliwość ich stosowania. Spiker również zwraca się po imieniu do swojego współpracownika, stosując formę wołacza onimu (imię dziennikarza zazwyczaj występuje jako zdrobnienie, np. *Aniu, Kubo*), wita się z nim frazą *dzień dobry*, typową dla komunikacji oficjalnej lub mającą charakter uniwersalny oraz zadaje pytanie reporterowi. Są to jednak bardziej szczegółowe pytania niż te, które można znaleźć w serwisach nadawców publicznych.

26. Ewa Kwaśny (prowadząca): Częściowo przywrócony ruch kolejowy pomiędzy Tczewem a Malborkiem po tragicznym wypadku w Szymankowie. (...) w **Faktach z nowymi informacjami Kuba Kaługa. Kubo, jak duże są opóźnienia w kursowaniu pociągów?**

Kuba Kaługa (reporter): Kilkudziesięciominutowe – **usłyszałem w** Polskich Liniach Kolejowych. (...) Okoliczności wypadku wyjaśniają policja, prokurator, a także specjalny kolejowy zespół ekspertów. [dżingiel] [RMF 9.03.2020 10:00]

27. Ewa Kwaśny (prowadząca): (...) **Raport prześledziła nasza reporterka Anna Kropaczek.** Dzień dobry.

Anna Kropaczek (reporterka): **Dzień dobry.**

Ewa Kwaśny (prowadząca): **Aniu, co dokładnie z niego wynika?**

Anna Kropaczek (reporterka): Wszystkie szpitale na papierze spełniały wymagania dotyczące minimalnej obsady kadrowej na SOR-ach czy w izbach przyjęć, ale omijano przepisy. (...) [sygnał] [RMF 3.07.2020 12:00]

28. Prowadzący: Zmiana ważna, projekt drugiej turystycznej tarczy jest, ale kłopot w tym, że ten dokument utknął w Senacie. **Krzysztof Berenda zatem otwiera Fakty. Dlaczego Senat okazał się dla projektu pułapką?**

Krzysztof Berenda (reporter): Senatorowie uznali, że niektóre zapisy mogą być sprzeczne z Konstytucją. (...) Takie zmiany są konieczne, bo koronawirus mocno uderzył w turystykę.

Prowadzący: Teraz uwaga pasażerowie kolei na Dolnym Śląsku. [RMF 11.09.2020 10:00]

29. Prowadzący: Na dobę zamknięty został także Szpitalny Oddział Ratunkowy. **Łączymy się z naszym wozem satelitarnym i Markiem Wiosło. Jesteś przed szpitalem uniwersyteckim. co z ludźmi, którzy chcieliby skorzystać z pomocy SOR-u?**

Marek Wiosło (reporter): Jeżeli ktoś będzie chciał skorzystać z pomocy SOR-u, tu przy Kopernika zostanie odesłany do jednego z ośmiu pozostałych SOR-ów znajdujących się na terenie miasta. [RMF 7.01.2020 11:00]

Przed pytaniami prowadzących do reporterów występują wypowiedzenia wskazujące na działania dziennikarzy, które muszą wykonać, aby zrealizować na antenie program informacyjny. Komunikaty te pokazują odbiorcom kulisy emitowania programu, dzięki czemu staje się on bliższy radiosłuchaczom. Komunikaty służą między innymi zapowiadaniu relacji reporterskiej. Pokazują to poniższe wybrane przykłady:

- 1) **Łączymy się z naszym wozem satelitarnym i Markiem Wiosło. Jesteś przed szpitalem uniwersyteckim.** [RMF 7.01.2020 11:00]
- 2) **W Faktach z nowymi informacjami Kuba Kaługa.** [RMF 9.03.2020 10:00]
- 3) **Raport prześledziła nasza reporterka Anna Kropaczek.** [RMF 9.03.2020 10:00]
- 4) **Krzysztof Berenda zatem otwiera Fakty.** [RMF 11.09.2020 10:00]

Wypowiedzenia te tworzą między innymi metatekstowe czasowniki *łączyć i prześledzić*, które nazywają czynności dziennikarzy wykonywane w ramach ich obowiązków. Występują one

w czasie przeszłym, co podkreśla zakończenie wysiłku włożonego przez nadawcę w tworzenie serwisów, a także w czasie teraźniejszym, co wywołuje pozór transmitowania wypowiedzi reportera na żywo. Fraza *otwiera „Fakty”* z przykładu 26 nawiązuje do struktury radiowego serwisu informacyjnego. Może to być świadectwem wysokiej świadomości gatunkowej twórców serwisów. Świadomość gatunkowa, zdaniem Marii Wojtak, to „wiedza o gatunkach, znajomość wzorców konkretnych gatunków, umiejętność stosowania dyskursywnej realizacji wzorców”.⁸² w różnego typu wypowiedziach dziennikarskich bardzo licznie występują językowe sygnały kompetencji genologicznej. Takie wypowiedzi o charakterze metatekstowym – ujawniają tajniki pracy dziennikarza⁸³ oraz poziom profesjonalizmu jego pracy. Wyżej wskazane implikacje wzmocnione są poprzez zaimki, np. *Z naszym* *wozem satelitarnym* oraz przymiotniki, np. *Z nowymi informacjami*. Pełnią one funkcje autopromocyjne.

W Radiu ZET warstwa językowa w układzie prowadzący-odbiorca składa się z podobnych elementów co w Radiu RMF FM. Nadawcy zwracają się do siebie po imieniu. Nie jest jednak zasadą stosowanie form wołacza.

30. Michał Adamiuk (prowadzący): **Pogorszył się stan pacjentki z koronawirusem w Szczecinie – dowiaduje się reporter Radia ZET Miłosz Gocłowski. Od razu się z nim łączymy. Miłosz, w jakim stanie jest kobieta?**

Miłosz Gocłowski (reporter): Szczegółów nie zdradzają, ale przyznają, że w nocy stan zdrowia sześćdziesięcioletki pogorszył się, powiedział mi Mateusz Irzykowski ze szpitala wojewódzkiego w Szczecinie. [ZET 9.03.2020 10:00]

31. Prowadzący: Po wykonaniu testów zostali wypuszczeni do domów. **Łączymy się z reporterką Radia ZET Danką Woźnicką. Ty rozmawiałś z rzecznikiem Głównego Inspektoratu Sanitarnego Janem Bondarem. Kto może liczyć na zrobienie testu?**

Danka Woźnicka (reporterka): To się wiele nie zmienia. [ZET 13.03.2020 13:00]

32. Prowadzący: Reporter Radia ZET Łukasz Konarski **zna więcej szczegółów. Łukasz, komu nie udało się zebrać podpisów i nie został zarejestrowany?**

Łukasz Konarski (reporter): Sławomir Grzywa, Piotr Bakun, Leszek Samborski z partii *Odpowiedzialność*, Grzegorz Sowa kandyduje, bo klasa polityczna nie spełnia oczekiwań. [ZET 27.03.2020 10:00]

33. Prowadzący: **Reporter Radia ZET Maciej Bąk jest w kontakcie ze służbami sanitarnymi. Któreś są jeszcze zagrożone?**

⁸² M. Wojtak, *Wzorce zachowań językowych a praktyka komunikacyjna*, [w:] *Kształtowanie się wzorów i wzorców językowych*, red. A. Piotrowicz i inni, Poznań 2009, s. 21.

⁸³ M. Ślawska, *Sztuka mediów. O świadomości gatunkowej dziennikarzy prasowych*, Katowice 2019, s. 198.

Maciej Bąk (reporter): [szum morza]: W wielu miejscach wciąż czekamy na wyniki badań pobranych próbek wody, dużo więc wskazuje na to, że również w innych częściach np. Sopotu lepiej ostrożnie podchodzić do wchodzenia do wody. [ZET 29.06.2020 13:00]

34. Prowadząca: W **Wiadomościach Radia ZET najnowszy raport o tym. Michał Zieleński, nasz reporter, w kontakcie z policją. To ile takich dowodów na łamanie przepisów drogowka już dostała?**

Michał Zieleński (reporter): W tym roku kilkanaście tysięcy. Są wysyłane często na adres: *stop agresji na drodze*. [ZET 25.06.2020 10:00]

W zapowiedziach relacji dziennikarskiej również pojawiają się czasowniki określające działania dziennikarzy, np. *dowiadzać się, rozmawiać i być w kontakcie z...* Nie pojawiają się formuły grzecznościowe w funkcji powitania – występują one tylko w sytuacji, gdy dochodzi do autopromocyjnych konwersacji pomiędzy spikerami na temat kolejnych wydań serwisów.

35. Agnieszka Ratusznik: A z nami już Paula Michalik.

Paula Michalik: **Dzień dobry.**

Agnieszka Ratusznik: **Dzień dobry.** Co w kolejnych *Wiadomościach*? [ZET 9.03.2020 10:00]

W serwisach Radia Maryja oraz Radia Niepokalanów, nadawców społecznych o charakterze katolickim, nie dochodzi do bezpośrednich interakcji między spikerem a reporterem. Zapowiedzi wypowiedzi dziennikarskiej towarzyszy przedstawienie współpracownika z imienia i nazwiska.

36. Prowadzący: Senackie komisje zdrowia oraz ustawodawcza zdecydowały o rozpoczęciu inicjatywy legislacyjnej dotyczącej nowelizacji ustawy w sprawie koronawirusa. **Więcej na ten temat Zuzanna Dąbrowska.**

Zuzanna Dąbrowska (reporterka): Za takim rozwiązaniem głosowało dziesięciu senatorów. Przeciw było czterech. [RM 12.03.2020 10:00]

37. Prowadzący 1: Senatorowie chcą zmian w „ustawie covidowej”, nad którą pracuje dziś Izba.
Prowadzący 2: Posiedzenie Senatu rozpocznie się o godzinie 17:00.

Zuzanna Dąbrowska (reporter): Rano nowelą zajęła się Senacka Komisja Zdrowia. [RM 26.10.2020 10:00]

38. Prowadzący: Prezydent USA Donald Trump wprowadził zakaz podróży z Europy do Stanów Zjednoczonych. (...) Restrykcjami nie zostanie objęta Wielka Brytania. **Szczegóły rozporządzenia amerykańskiego Prezydenta zna nasz waszyngtoński korespondent Marek Wałkuski.**

Marek Wałkuski (reporter): Zgodnie z rozporządzeniem zakazem (...) [RN 12.03.2020 13:00]

Niekiedy bywa tak, że relacja reporterska następuje od razu po newsie, bez żadnej werbalnej zapowiedzi – dotyczy to przykładu nr 36. W Radiu Niepokalanów dodatkowo występują zaimki określające słowo *reporter*, co podkreśla przynależność dziennikarza do konkretnej stacji albo Informacyjnej Agencji Radiowej. Zabieg ten pełni funkcję autopromocyjną.

Zdarza się, że prezentacja reportera następuje *post factum*, po relacji. Składnikami takich komunikatów są zazwyczaj czasowniki metatekstowe w czasie przeszłym, np. *informował*.

39. Małgorzata Miszczak (prowadząca): Po spotkaniu z Prezydentem Trumpem w Białym Domu Prezydent Andrzej Duda (...) Nad jej wynalezieniem pracuje około stu zespołów naukowych z całego świata.

Marek Wałkuski (reporter): Donald Trump chwalił Polskę za poważne traktowanie zobowiązania w ramach NATO i przeznaczenia dwóch procent PKB na obronność (...) w Europie.

Małgorzata Miszczak: **Z Waszyngtonu informował o tym Marek Wałkuski.** [RN 25.06.2020 10:00]

• Układ dziennikarz-rozmówca

Kolejnym typem relacji nadawczo-odbiorczych, który zostanie omówiony, jest relacja zachodząca pomiędzy dziennikarzem a rozmówcą. Jak już to zostało zaznaczone wcześniej, do układu tego należą takie sytuacje komunikacyjne, w których prowadzący serwis albo reporter przeprowadza rozmowę z osobą spoza świata dziennikarskiego, będącą źródłem informacji na temat zawarty w danym newsie. Rozmówcą takim może być: ekspert, uczestnik opisywanych wydarzeń lub osoby publiczne – które poprzez swoją działalność polityczną, zawodową, społeczną oraz kulturalną posiadają znaczący wpływ na funkcjonowanie społeczeństwa. Warunkiem zaliczenia wypowiedzi takich osób do tego układu nadawczo-odbiorczego jest wcześniejsze przeprowadzenie wywiadu przez dziennikarza z rozmówcą. Do tego układu nie zalicza się przywoływanie dostępnych dziennikarzom wypowiedzi, np. Z konferencji prasowych – w takiej sytuacji bowiem brak bezpośredniej interakcji między nadawcą medialnym a rozmówcą.

Włączanie w strukturę programu fragmentów rozmowy dziennikarza z rozmówcą występuje częściej w serwisach stacji komercyjnych niż publicznych. Może to wynikać z faktu, że wywiad ożywia strukturę programu i go dynamizuje (o aspekcie strukturalnym

serwisu mowa w ostatnim rozdziale). Niekiedy trudno z pełnym przekonaniem stwierdzić, czy dany fragment wypowiedzi jest częścią realnej rozmowy dziennikarza ze swoim rozmówcą.

Program Pierwszy Polskiego Radia

Poniższy fragment jest cytatem wypowiedzi polityka Pawła Jabłońskiego, z którym wcześniej dziennikarz Programu Pierwszego Polskiego Radia przeprowadził wywiad. Na początku przywołuje się wypowiedź wiceministra Jacka Sasina, a potem zapowiada słowa innego polityka na ten sam temat.

40. Prowadzący: Do zamachu doszło w Iraku i władze tego kraju zażądały od Amerykanów opuszczenia swojego terytorium. Polscy żołnierze, którzy także są na miejscu, wyjadą, jeśli takie będą uzgodnienia sojuszników – tak mówił wicepremier Sasin, a **mówił o tym także na naszej antenie wiceminister spraw zagranicznych Paweł Jabłoński.**

Paweł Jabłoński (rozmówca): Nie oznacza to natychmiastowego wycofania wojsk, nie możemy tam oczywiście pozostawać wbrew woli władz państwa przyjmującego. (...)

Prowadzący: A w Iraku jest około trzystu polskich wojskowych. Pełnią tam misję szkoleniową. [PR1 7.01.2020 11:00]

Zastosowano czasownik *mówić* należący do grupy *verba dicendi* oraz wyrażenie przymikowe *na naszej antenie*. Kluczowym leksemem jest zaimek *nasz*, który ma podkreślić wyłącznie danych słów polityka dla Polskiego Radia. Zaimek ten pełni funkcję autopromocyjną.

W poniższym fragmencie również brak bezpośrednich wykładników językowych, za pomocą których wprowadzana jest wypowiedź uczestnika wydarzeń. Po zapowiedzi dziennikarza przytoczone są opinie dwóch wyborców. Funkcją tych przywołań jest urozmaicenie i uwiarygodnienie przekazu medialnego.

41. Izabela Kuczyńska (prowadząca): Szef Państwowej Komisji Wyborczej ponowił apel o zachowanie wymogów sanitarnych w lokalach wyborczych. Obowiązuje w nich noszenie maseczek, odkażanie rąk i zachowanie bezpiecznej odległości. Podczas drugiej tury wprowadzono też zasady, które dają pierwszeństwo przy głosowaniu osobom starszym, kobietom w ciąży oraz rodzicom, którzy przyjdą na wybory z dzieckiem do lat trzech. **W jednym z lokali wyborczych w Poznaniu pierwsze osoby pojawiły się wcześniej rano.** Rozmówca 1: Weszły te nowe przepisy, że osoby uprzywilejowane i starsze i tak dalej będą obsługiwane bez kolejności, także też wziąłem to pod uwagę, żeby być jednak wcześniej. Rozmówca 2: Pracuję i chciałem mieć to, że tak powiem, mieć za sobą.

Izabela Kuczyńska: A każdy wyborca dostaje dziś kartę do głosowania z nazwiskami dwóch kandydatów. By głos był ważny, trzeba postawić znak x przy wybranym nazwisku. [PR1 12.07.2020 12:00]

Jak pokazują powyższe przykłady pochodzące z Programu Pierwszego Polskiego Radia, w układzie prowadzący/reporter-rozmówca brak konkretnych językowych wykładników dialogowości.

Program Trzeci Polskiego Radia

Poniższy przykład prezentuje przypadek, w którym zanim na antenie pojawi się wypowiedź rozmówcy lub reportera dziennikarz cytuje fragment wypowiedzi rozmówcy, stosując mowę niezależną. Nie bez znaczenia jest także używanie rzeczowników określających osoby specjalizujące się w danej dziedzinie nauki, np. *hematolog*, a także stopni lub tytułów naukowych, np. *profesor*. Te działania językowe mają między innymi uwypuklić autorytet ekspertów, których wypowiedzi pojawiają się na antenie radiostacji.

42. Prowadzący: Część chorych na przewlekłą białaczkę limfocytową nie ma dostępu do nowoczesnego leczenia – zwracają uwagę onkolodzy oraz organizacje pacjentów podczas debaty zorganizowanej w Warszawie przez Instytut Ochrony Zdrowia i Konsylium Pacjentów z nowotworowymi chorobami krwi. **Hematolog profesor Jędrzejczak mówił: „problem dotyczy grupy chorych opornych na chemio- i immunoterapię, którzy nie kwalifikują się do programów lekowych, bo są w gorszym stanie ogólnym”.**

Profesor Jędrzejczak (rozmówca): Rzeczywiście, gdyby mieli dostęp do innego leczenia, to ten stan ogólny ich mógłby się poprawić i oni, ci chorzy mogliby jeszcze długo żyć i o to prowadzona, prowadzone są starania.

Prowadzący: Przewlekła białaczka limfocytowa to najczęściej występujący nowotwór krwi. [PR3 24.01.2020 17:00]

Niekiedy, zanim nastąpi wypowiedź rozmówcy, w zapowiedzi stosowany jest zabieg pozornego cytowania – najpierw lektor odczytuje słowa mówcy, następnie informuje czytelnika, czyje słowa właśnie przywołał wraz ze wskazaniem funkcji, jaką dana osoba pełni. Po takim wprowadzeniu na antenie pojawia się wypowiedź rozmówcy.

43. Prowadzący: Wystawa polskiej sztuki z przełomu dwudziestego i dwudziestego pierwszego wieku w Muzeum Narodowym we Wrocławiu wzbogaciła się o kolejny dzieło Wojciecha Fargona. **Od dzisiaj na wystawie można oglądać obraz pt.: *Einstein* namalowany w 1948**

roku przedstawiający portret słynnego uczonego – mówiła Barbara Ilkosz, kustosz placówki.

Barbara Ilkosz (rozmówca): Udostępnienia nam tego obrazu, jest to drugi depozyt artysty, bardzo cenny. Prace tego artysty nie były obecne dotąd w naszych zbiorach ze względu na nieobecność Fangora w Polsce, a także jednak wysokie ceny, które zdominowały rynek sztuki.

Prowadzący: Obraz Wojciecha Fangona zawisł w pawilonie czterech kopuł. Został oddany w długoletni depozyt przez jednego z wrocławskich kolekcjonerów sztuki, który chce pozostać anonimowy. To był serwis Trójki. [dżingiel] Więcej informacji na portalu polskieradio24.pl [PR3 24.01.2020 17:00]

Kolejny fragment przypomina pozorowany dialog. Reporter w nietypowy sposób zapowiada osobę, której wypowiedzi będą przywoływane. Jest to część newsa mówiącego o negatywnych skutkach nauczania zdalnego spowodowanego wybuchem pandemii. W jednym stwierdzeniu dziennikarz informuje o kłopotach związanych z formą edukacji w czasie pandemii oraz o swoim rozmówcy – jego imieniu, nazwisku, pełnionej funkcji oraz nazwie instytucji, do której przynależy. Następnie mówi o konieczności dokonywania powtórzeń zaległego materiału z uczniami, a potem zostaje wpleciona wypowiedź rozmówcy uzupełniająca słowa reportera. Na koniec występuje po raz kolejny wypowiedź reportera, również stanowiąca odpowiedź na treść zawartą w wypowiedzi rozmówcy.

44. Romuald Wójcik (reporter): O tym, że kłopoty na pewno będą, wie już Joanna Kiełbasa, dyrektorka IX Liceum w Warszawie. **we wrześniu szykuje się powtórka materiału z końca podstawówki.**

Joanna Kiełbasa (rozmówczyni): **Albo na początku każdego realizowanego działu, robić taką część, z tego, co powinni mieć wcześniej.**

Romuald Wójcik (reporter): **Być może w niektórych przypadkach trzeba będzie pomyśleć o zajęciach uzupełniających albo o konsultacjach.** [PR3 25.06.2020 10:00]

Poniższy fragment dotyczy newsa mówiącego o formie edukacji w nowym roku szkolnym. Pierwsza część zawiera rozmowę reportera z nauczycielkami. Reporter zwraca się do nich w formie oficjalnej *per pani*. Po pytaniu reportera pojawiają się dwie wypowiedzi nauczycielek. Przypomina to fragment sondy.

45. Prowadzący: Nie przed komputerami w domach, a w szkolnych ławkach spotkają się pierwszego września uczniowie. Wiadomo już, jak będzie wyglądać powrót do szkół. Zdalna

nauka ma być wprowadzana przez dyrektorów, jeżeli w szkole wystąpi ognisko koronawirusa.

Kuba Witkowski (reporter): **Wyobraża sobie pani powrót do nauczania zdalnego?**

Nauczycielka 1 (rozmówczyni): [śmiech] **Absolutnie nie.**

Nauczycielka 2 (rozmówczyni): **Trudno sobie wyobrazić optymizm na kilkudziesięciu metrach kwadratowych.** [PR3 05.08.2020 19:00]

Następnie pojawia się wypowiedź ekspercka – w tym przypadku rzecznika ministra zdrowia. Po jednym wypowiedzianym przez niego zdaniu dziennikarz przedstawia osobę na antenie, podając imię i nazwisko oraz pełnioną funkcję. Po tym następuje kontynuacja wypowiedzi rzecznika.

46. Wojciech Andrusiewicz (rozmówca): Możliwe są punktowe pewne obostrzenia.

Kuba Witkowski (reporter): **Wojciech Andrusiewicz, rzecznik ministra zdrowia.**

Wojciech Andrusiewicz (rozmówca): Czasowa nauka zdalna w powiatach czy też w gminach, gdzie skala zakażeń jest duża. Na pewno nie będzie to dotyczyć całego kraju. [PR3 05.08.2020 19:00]

Podobny schemat został zachowany w dalszej części newsa. Po wypowiedzi rzecznika wyemitowana zostaje opinia dyrektor szkoły podstawowej. Po wypowiedzeniu przez nią jednego zdania reporter dokonuje prezentacji. Dalej, po słowach dyrektor, pojawia się wypowiedź ministra edukacji, którego głos może zostać przez wielu słuchaczy rozpoznany, jednak również zostaje on przedstawiony przez reportera.

47. Mirosława Śliwińska (rozmówczyni 1): Przygotowujemy się do przyjścia dzieci do szkoły.

Kuba Witkowski (reporter): **Mirosława Śliwińska, dyrektorka Szkoły Podstawowej nr 10 w Pruszkowie.**

Mirosława Śliwińska (rozmówczyni 1): Mamy trzy skrzydła. W jednym skrzydle będzie edukacja wczesnoszkolna, w kolejnym skrzydle cztery-sześć, w jeszcze jednym siedem-osiem. Dariusz Piontkowski (rozmówca): Nie zakładamy, aby był obowiązek zasłaniania ust i nosa.

Kuba Witkowski: **Minister Edukacji Narodowej Dariusz Piontkowski.**

Dariusz Piontkowski (rozmówca): Nadal będą obowiązywały te zasady mycia rąk, czyszczenia pomieszczeń, dezynfekowania.

Matka ucznia (rozmówczyni 2): Ja rozmawiałam z dziećmi swoimi i po prostu mówią „nie”. Nie chcą zostać w domu, chcą do szkoły, do rówieśników i przede wszystkim do kontaktu osobistego nawet z nauczycielem.

Anna Kowalik-Brancati (prowadząca): **Materiał przygotował Kuba Witkowski.** Masowe testy na koronawirusa w Nowym Sączu, przypadki zachorowań w krakowskich szpitalach, nowe ogniska chorobowe i w sumie dziewięćdziesiąt nowych przypadków covid-19. Przez Małopolskę przetacza się fala koronawirusa. [PR3 05.08.2022 19:00]

Na koniec pojawia się wypowiedź matki ucznia, stanowiąca werbalizację opinii części społeczeństwa na temat nauczania zdalnego. Następnie na antenie pojawia się prowadząca serwis, informując o tym, kto przygotował materiał dziennikarski. Strukturę tej relacji można ująć w następującym schemacie:

- 1) Krótki fragment wypowiedzi eksperckiej lub przeciętnego obywatela.
- 2) Przedstawienie przez reportera osoby wypowiadającej się na antenie.
- 3) Dłuższy fragment wypowiedzi eksperckiej.

Powyższy schemat powtórzył się trzy razy. Za każdym razem dotyczył innego rozmówcy.

RMF FM

Kolejny przykład pochodzi z Radia RMF FM i ilustruje wykorzystanie na antenie wywiadów radiowych, innych audycji tej stacji radiowej. Po zapowiedzi prowadzącego następuje cytat pochodzący z wcześniejszej rozmowy, następnie prowadzący za pomocą czasownika *verba dicendi* mówić w czasie teraźniejszym informuje o autorze poprzedniej wypowiedzi, wskazuje na źródło cytatu, czyli *rozmowę z dziennikarzem RMF FM*. Przy kolejnym przywołaniu wypowiedzi dziennikarz komentuje treść przy użyciu leksyki o charakterze metajęzykowym: *oceniać dość krytycznie*.

48. Prowadzący: Marszałek Senatu oczekuje od Sejmu poprawienia tarczy antykryzysowej dla przedsiębiorców. Chce między innymi dodatkowych wynagrodzeń dla pracowników służby zdrowia i podniesienia granicy wieku dzieci, których rodzice będą mogli otrzymać zasiłek opiekuńczy.
49. Tomasz Grodzki (rozmówca): Jeżeli Sejm nie wypełni tego zadania, no to tu będziemy mieli dużo więcej pracy.

Prowadzący: **Mówi w rozmowie z dziennikarzem RMF FM Tomasz Grodzki. W Faktach** teraz Patryk Michalski. Patryku, wielu przedsiębiorców podkreśla jednak, że oczekuje pomocy jak najszybciej, że każdy dodatkowy dzień może oznaczać dla nich upadłość.

Patryk Michalski (reporter): Marszałek Senatu twierdzi jednak, że bez wprowadzenia poprawek rządowa tarcza antykryzysowa nie będzie wystarczająca i nie uchroni

przedsiębiorców. **Tomasz Grodzki, porównując polskie rozwiązania do innych państw, między innymi do Niemiec, dość krytycznie ocenia skalę zmian.**

Tomasz Grodzki: **Te propozycje rządu w pierwotnej wersji należy ocenić jako bardzo skromne.**

Patryk Michalski: Marszałek Senatu przewiduje, że ustawa antykryzysowa wyjdzie z Senatu we wtorek. Jeśli jednak senatorowie wprowadzą do ustawy swoje poprawki, to będzie musiała ona wrócić do Sejmu, a to wydłuży cały proces. [RMF 27.03.2020 18:00]

Kolejny przykład stanowi rozmowa reportera z uczniami, którzy wracają do szkoły po feriiach zimowych. Reporter dostosowuje język swoich komunikatów do rozmówców. Ta relacja reporterska przypomina naturalną rozmowę mającą miejsce w momencie nadawania programu informacyjnego, jednakże jest to tylko pozór, o czym świadczy pierwsza, nieco wyrwana z kontekstu wypowiedź ucznia, która zapewne jest odpowiedzią na nieuwzględnione w montażu pytanie reportera dotyczące prac domowych uczniów na ferie. Do uczniów reporter zwraca się w sposób bezpośredni, likwidując w ten sposób dystans.

50. Prowadząca: Kończą się ferie zimowe dla uczniów, którzy odpoczywali jako pierwsi. Między innymi z Lubelszczyzny. Trzeba powoli się oswojać z myślą, że w poniedziałek do szkoły.

Uczeń (rozmówca 1): z chemii było zadane.

Krzysztof Kot (reporter): Czyli już trzeba myśleć trochę jednak o nauce.

Uczeń (rozmówca 2): Trzeba myśleć, trzeba, ale to jeszcze chwila. W niedzielę się zabierze za 1 to. Jeszcze mamy dwa dni takiego luzu, więc trzeba się zabawić jeszcze. Jakaś imprezka może po drodze.

Uczennica (rozmówczyni): Nie za bardzo się cieszymy, bo od razu trzy sprawdziany, gdy wracamy. Trochę się nie chce.

Krzysztof Kot (reporter): No to może trzeba było się trochę uczyć jednak w ferie?

Uczennica: No, czasu nie było.

Krzysztof Kot (reporter): Tryskacie w ogóle optymizmem, radością, że się kończą ferie zimowe.

Uczennice (rozmówcy): Nie.

Krzysztof Kot (reporter): Tryskacie optymizmem, że jeszcze są dwa dni.

Uczennice (rozmówczynie): Tak.

Prowadząca: z uczniami w Lublinie rozmawiał nasz reporter Krzysztof Kot. [RMF 24.01.2020 17:00]

Następny przykład pokazuje interakcję dziennikarza z rzecznikiem prasowym szczecińskiej straży miejskiej. Po raz kolejny tworzy się pozór komunikacji „na żywo” poprzez

wmontowanie pytań kierowanych do rozmówców. Dziennikarz nie stosuje żadnych bezpośrednich zwrotów do rozmówczyni, zapewne ze względu na oficjalną funkcję, jaką pełni.

51. Katarzyna Staszko (prowadząca): Wspólne patrole policji i straży miejskiej pojawiają się w szczecińskich galeriach handlowych. Funkcjonariusze mają pilnować, by nie zbierała się tam mająca przymusowe dwa tygodnie wolnego młodzież – mówi naszej reporterce Joanna Wojtach ze szczecińskiej straży miejskiej.

Joanna Wojtach (rozmówczyni): Będziemy prowadzić po prostu rozmowy z dziećmi, z młodzieżą, żeby zniechęcać jednak do gromadzenia się w takich miejscach i informować, jakie to może za sobą nieść zagrożenie, jakie to jest niebezpieczne w tej chwili.

Aneta Łuczowska (reporterka): **Kontrole już wyruszyły w teren?**

Joanna Wojtach (rozmówczyni): O godzinie dwunastej, bo przewidujemy, że ten czas wolny, kiedy dzieci nie chodzą do szkół, będą wykorzystywać na odsypianie. Godzina dwunasta to jest taka dobra godzina, kiedy możemy zacząć działać do godziny dwudziestej. Na razie mamy zaplanowane patrole na sobotę i na niedzielę, ale przewidujemy, że w następnym tygodniu również takie działania będą prowadzone.

Katarzyna Staszko: Usłyszała nasza reporterka Aneta Łuczowska. Czy w Chinach i w Korei epidemia wygasa? Sprawdźcie to na RMF24pl. [RMF 13.03.2020 12:00]

52. [dźwięki Cieszą nas takie „Fakty”] Ewa Kwaśny (prowadząca): Certyfikaty *Przebojowej firmy RMF FM* wręczamy dzisiaj w Krakowie. Nasi słuchacze polecieli zakład krawiecki przy ulicy Kapelanka. Jak mówią, dla krawcowej pani Elżbiety nie ma rzeczy niemożliwych w jej fachu i jest w stanie zrobić wszystko.

Pani Elżbieta (rozmówczyni): Według życzenia klienta, żeby lepiej wyglądali w ubraniu niż przed. Wychodzi zadowolony po prostu i to najważniejsze jest, liczy się to.

Marek Wiosło (reporter): **Czy jest pani specjalistką od szycia wszystkiego?**

Pani Elżbieta (rozmówczyni): Nie wiem, ale pewno takich nietypowych rzeczy tak, bo od innych krawcowych wracali i przychodzili do mnie [śmiech] Czasem przychodzą odwiedzić, zobaczyć, czy żyję. [śmiech] Nawet jak nie mają przeróbki, to przychodzą na spacer tutaj. Z całego Krakowa przyjeżdżają, nawet spoza Krakowa. Muszę przyznać. Miło mi bardzo i dziękuję przede wszystkim klientom, że mnie tak postrzegają. Miło i wesoło [śmiech].

Ewa Kwaśny (prowadząca): Z panią Elżbietą rozmawiał nasz reporter Marek Wiosło. Pani Elżbieto, dziękujemy i również pozdrawiamy. [dźwięki Radio. Muzyka. Fakty. RMF FM] [RMF 25.06.2010 10:00]

Kolejny przykład jest godny uwagi, ponieważ pokazuje sytuację komunikacyjną, w której rozmowa przeprowadzana jest z dwoma osobami, autorami książki *Ameryka i my*.

Dziennikarz zwraca się do nich w sposób nieoficjalny, stosując formę drugiej osoby liczby pojedynczej. News ten ma formę zajawki promującej wywiad i książkę. Dziennikarz rozpoczyna rozmowę od powitania, w którym używa określenia *witajcie* ('formuła powitania, wypowiedziana zwykle przez osobę występującą jako gospodarz w danym miejscu do osób, które do tego miejsca przychodzą' WSJP). Jeden z autorów odpowiada tą samą formułą, co z perspektywy poprawności językowej jest niewłaściwe, ale bardzo powszechne w komunikacji potocznej.

53. Bogdan Zalewski (prowadzący): Biały Dom nie tylko z zewnątrz. Rezydencja amerykańskiego prezydenta oczami korespondentów RMF FM i RMF Classic. Między innymi o tym przeczytacie w książce Lidii Krawczuk i Pawła Żuchowskiego *Ameryka i my*. Już jutro jej premiera. A ze mną już teraz autorzy. **Witajcie**. *Za drzwiami Białego Domu* to jeden z rozdziałów.

Paweł Żuchowski (rozmówca): **Witaj**.

Lidia Krawczuk (rozmówczyni): Tak.

Paweł Żuchowski (rozmówca): Tak, piszemy o pierwszym naszym pobycie w Białym Domu. Zabieramy was choćby do słynnego ogródka warzywnego założonego przez Michelle Obamę.

Lidia Krawczuk (rozmówczyni): Ja miałam okazję spotkać Michelle Obamę w tym ogródku. W książce jest nawet zdjęcie z tego spotkania.

Paweł Żuchowski (rozmówca): A ja opisuję niecodzienną sytuację, kiedy w gabinecie owalnym wiceprezydent USA Joe Biden zapytał, czy chcę sobie zrobić z nim selfie.

Lidia Krawczuk (rozmówczyni): W Białym Domu wielokrotnie oglądałam bożonarodzeniowe dekoracje. Wspominamy o tym w tym rozdziale.

Paweł Żuchowski (rozmówca): Nie pomijamy nawet ceremonii ułaskawienia indyka.

Lidia Krawczuk (rozmówczyni): W tym rozdziale wiele ciekawych rzeczy, których pewnie nie wiecie o rezydencji amerykańskiego prezydenta.

Paweł Żuchowski (rozmówca): Polecamy.

[równocześnie z Pawłem Żuchowskim] Bogdan Zalewski (prowadzący): Polecamy też. A więcej o książce znajdziecie na rmf24.pl [RMF 15.06.2020 10:00]

Radio ZET

W Radiu ZET wypowiedź rozmówcy wielokrotnie pojawia się bez żadnej interakcji między dziennikarzem a uczestnikiem konwersacji. Wielokrotnie wprowadzenie wypowiedzi odbywa się za pomocą następującego schematu: najpierw pojawia się przytoczony przez dziennikarza fragment wypowiedzi, potem czasownik *verba dicendi* w czasie teraźniejszym, funkcja lub

profesja rozmówcy oraz jego imię i nazwisko. Dopiero wtedy pojawia się bezpośrednie zacytowanie wypowiedzi. Schemat ten pokazuje poniższy urywek serwisu informacyjnego:

54. Paula Michalik (prowadząca): Dziś ostatni dzień w żłobku, przedszkolu czy szkole dla niektórych dzieci. Część [przejęzyczenie dziennikarki], część już wczoraj została w domu. Od poniedziałku placówki edukacyjne będą na razie na dwa tygodnie zamknięte. **O koronawirusie trzeba z dziećmi rozmawiać – mówi psycholożka Ewa Winnicka-Wolniewicz.**

Ewa Wolniecka-Winniewicz (rozmówczyni): Dziecko uwielbia, jak jest traktowane poważnie. „Wiesz, no, musimy porozmawiać. Bo jest problem. Zobacz, i mówią w radiu, i w telewizji, ale to nie po to, żeby nas straszyć wszystkich, tylko po to, żebyśmy po prostu dzielnie przez ten problem przeszli wszyscy.” [ZET 13.03.2020 12:00]

Następny przykład również nie pokazuje interakcji między dziennikarzem a rozmówcą. Wprowadzenie wypowiedzi rozmówcy następuje przez podanie tylko imienia i nazwiska.

55. Paula Michalik (prowadząca): Wrocławscy strażnicy miejscy mogą jeździć po mieście i z ukrycia nagrywać na przykład kierowców, którzy łamią przepisy albo tych, którzy wyrzucają śmieci na dzikich wysypiskach. Straż dostała mobilny system monitoringu. To specjalna kamera na dwumetrowym wysięgniku zamontowanym na samochodzie. **Waldemar Fortysiak.**

Waldemar Fortysiak (rozmówca): Bardzo dobry sprzęt, czyli na podwoziu samochodu terenowego jest zamontowana kamera z dużym zoomem, to jest zoom dwudziestokrotny optyczny, nikt się już nie ukryje. Widać numery rejestracyjne. Widać postaci.

Paula Michalik: Jak do tej pory, tylko na jednym skrzyżowaniu w ciągu godziny kamery uchwyciły ponad osiemdziesięciu kierowców, którzy złamali wprowadzony niedawno zakaz skrętu w lewo. [ZET 13.03.2020 13:00]

Radio Maryja

W serwisach Radia Maryja relacja dziennikarz-rozmówca nie występuje.

Radio Niepokalanów

W Radiu Niepokalanów brak językowych wykładników świadczących o zachodzących wcześniej interakcjach między dziennikarzem a rozmówcą, a wypowiedź jest wprowadzana podobnie jak w Radiu ZET i w radiu publicznym. Najpierw pojawia się parafraza wraz

z przedstawieniem postaci, a następnie emitowany jest rzeczywisty fragment wypowiedzi uczestnika komunikacji. Pokazują to dwa poniższe przykłady:

56. Prowadzący: Ekonomista z Santander Bank Polska Piotr Bielski wyjaśnia, że wzrost inflacji wynika między innymi z wyższych cen żywności.

Piotr Bielski (rozmówca): z jednej strony mieliśmy do czynienia wciąż z mocnym wzrostem cen żywności, a one drożały w siedmioprocentowym tempie, to dużo. (...) [RN 15.01.2020 13:00]

57. Prowadzący: Profesor Herman Goossens z uniwersytetu w Antwerpii powiedział we flamandzkiej telewizji VRT, że izolacja jest niezbędna.

Profesor Herman Goossens (rozmówca) [tłumaczenie]⁸⁴: Nie wiemy jeszcze wszystkiego na temat koronawirusa. Mamy wrażenie, że przenosi się z człowieka na człowieka, ale nie wiemy jak szybko. Jest nadzieja, że izolując ludzi w ten sposób uda się zahamować rozprzestrzenianie się wirusa. [RN 3.02.2020 10:00]

1. Podsumowanie i wnioski

Powyższa analiza potwierdza złożoność komunikacji medialnej zachodzącej w ramach radiowych serwisów informacyjnych. Wynika to z faktu, że badane serwisy są częścią komunikacji masowej. Po drugie, radiowe serwisy informacyjne cechuje wielogłosowość – do osób, które wypowiadają się w radiowych serwisach informacyjnych, należy zaliczyć: prowadzącego lub prowadzących serwis, reporterów lub korespondentów oraz tych rozmówców, którzy wypowiedzieli się dla danej radiostacji w interakcji z dziennikarzem danej rozgłośni. Są oni bezpośrednimi nadawcami, ponieważ to ich głos ostatecznie dociera do radiosłuchacza, który często utożsamia ich z realnymi twórcami serwisów. Jednym z zadań bezpośrednich nadawców jest reprezentowanie radiostacji. Takiej roli nie należy przypisywać osobom nienależącym w sposób formalny do konkretnej instytucji medialnej, których wypowiedź pojawia się w serwisie informacyjnym. Ich wypowiedzi traktuję jako przytoczenia, których funkcje zostaną omówione w kolejnym rozdziale.

Kolejną ważną cechą komunikacji zachodzącej za pośrednictwem radiowych serwisów informacyjnych jest jej niejednorodny czas nadawania i odbioru. Serwis informacyjny zanim pojawi się na antenie radia podlega różnym pracom przygotowawczym. Setki, relacje i korespondencje są jednak wmontowywane w radiowy serwis informacyjny tak, aby tworzyć pozór programu na żywo. Działanie to odzwierciedlone

⁸⁴ W przypadku emitowania wypowiedzi w obcym języku na oryginalną wypowiedź nałożone jest z niewielkim opóźnieniem tłumaczenie tekstu.

jest w warstwie językowej. Prowadzący często stosują metajęzykowe wypowiedzi zapowiadające relacje reporterskie typu: *Teraz łączymy się z...*. W związku z tym komunikacja synchroniczna występuje tylko w tym układzie nadawczo-odbiorczym, w którym mamy do czynienia z prowadzącym i radiosłuchaczem. Zazwyczaj setka odtwarzana jest podczas emisji programu informacyjnego pomiędzy poszczególnymi fragmentami newsa odczytywanymi przez serwisanta⁸⁵. Najczęściej wypowiedź reportera czy korespondenta również jest nagrana i opracowana wcześniej. Sposób emitowania serwisów informacyjnych zależy od stacji i jej założeń dotyczących informacji medialnej. Na przykład podstawową funkcją Radia Niepokalanów nie jest prezentowanie najbardziej aktualnych informacji o kraju i o świecie, a przekazywanie treści religijnych mających ewangelizatorski charakter. Obecność radiowego serwisu informacyjnego w programie ramowym Radia Niepokalanów wynika z faktu, że emitowanie wiadomości o pełnej godzinie łączy się z tradycją medialną i pełni rolę zegara wyznaczającego rytm dnia odbiorców. Inne podejście do informacji przejawia Radio Maryja, dla którego oprócz funkcji misyjnej ważne jest także kreowanie światopoglądu odbiorców, między innymi poprzez serwisy informacyjne o ogólnej tematyce.

Wielogłosowość komunikacji w radiowych serwisach informacyjnych warunkuje istnienie wielu układów nadawczo-odbiorczych. Układy te mogą być zasygnalizowane w sposób werbalny. Niniejsza tabela prezentuje obecność werbalnych środków językowych w tych układach nadawczo-odbiorczych, które są dostępne słuchaczowi.

Tab. nr 11: *Obecność językowych wykładników nawiązania kontaktu dla wyodrębnionych układów komunikacyjnych*

Program stacji	Układ prowadzący-odbiorca	Układ prowadzący-prowadzący	Układ prowadzący-reporter	Układ prowadzący-rozmówca
PR1	brak	brak	brak	występuje
PR3	brak	brak	brak	występuje
RMF	występuje	występuje	występuje	występuje
ZET	występuje	występuje	występuje	występuje
RM	występuje	brak	występuje	występuje

⁸⁵ O tym, że teksty newsów są odczytywane na żywo, świadczą przejęzyczenia obecne w zebranych materiale oraz zdarzające się przerwy i zacięcia w płynnym przejściu od wypowiedzi prowadzącego do reportera. Niekiedy takie zjawiska językowe pojawiają się również w relacjach reporterskich Radia RMF FM i Radia ZET, co może świadczyć o ich nadawaniu na żywo.

RN	brak	brak	występuje	występuje
----	------	------	-----------	-----------

Źródło: opracowanie własne.

Brak interakcji pomiędzy nadawcami bezpośrednimi tworzy wrażenie, że program informacyjny jest składową różnorodnych opracowanych przez dziennikarzy tekstów medialnych. Wówczas na pierwszy plan wysuwa się kwestia realizacji wykładników gatunkowych radiowych serwisów informacyjnych, a nie ich aspekt komunikacyjny. Położenie większego nacisku na realizację wykładników gatunkowych wiąże się z nadawcą publicznym oraz katolickim. Świadczy o tym niewielki stopień ujawnienia „obecności” odbiorcy za pomocą wykładników językowych. Serwisy radia ZET i RMF FM dzięki podtrzymywaniu kontaktu pomiędzy nadawcami zdają się być programami tworzonymi spontanicznie. Należy uznać ten zabieg za dobry dla tego typu nadawcy, zwłaszcza gdy chodzi o programy informacyjne, w których liczy się szybkość podania informacji, ich aktualność oraz wiarygodność. Inaczej kwestia ta wygląda u nadawców publicznych i katolickich, których założoną grupę odbiorców stanowią ludzie starsi, oswojeni z tradycyjną formą przekazów medialnych. Można przyjąć, że głównym zamiarem odbiorców wspomnianych radiostacji jest zdobycie nowych informacji o otaczającym ich świecie, a zastosowana w nich struktura i wykładnia językowa będzie tym potrzebom odpowiadać.

Reasumując, na podstawie prezentacji układów nadawczych w radiowych serwisów informacyjnych można wysnuć następujące wnioski:

- 1) Rodzaj nadawcy instytucjonalnego przekłada się na typ i liczbę relacji nadawczo-odbiorczych oraz na etykietę językową.

Wpływ nadawcy instytucjonalnego widać w głównej mierze w oficjalnym lub nieoficjalnym sposobie komunikowania się z odbiorcą. Nadawca prywatny, którego programy mają przede wszystkim pełnić funkcję rozrywkową i komercyjną, zwraca się do nadawcy w sposób bezpośredni, a w kreacji świata w newsach często stosuje słownictwo potoczne.

- 2) Im bardziej złożona struktura programów, tym większa różnorodność relacji nadawczo-odbiorczych.

Radiowe serwisy informacyjne to gatunki złożone składające się w wielu prostych gatunków o funkcji informacyjnej. Włączenie ich w strukturę serwisu często rozszerza grono bezpośrednich nadawców – na przykład korespondencja czy relacja reporterska wymagają

wypowiedzi korespondenta lub reportera, których również należy uznać za nadawców serwisów.

- 3) Językowe wykładniki nawiązania kontaktu ożywiają komunikację i uwypuklają znaczenie odbiorców w akcie komunikacyjnym.

Znacząco większą liczbę wykładników nawiązania kontaktu posiadają radiowe serwisy informacyjne stacji komercyjnych, co jest związane z silną konkurencyjnością tego typu rozgłośni. Nadawca komercyjny zabiega o odbiorcę i w swoich komunikatach językowych zaznacza jego obecność. O zatrzymanie swojego audytorium silnie zabiega również Radio Maryja, ale czyni to w sposób bardziej subtelny.

3. Przytoczenie w radiowych serwisach informacyjnych

Istotnym składnikiem dobrze skonstruowanej informacji dziennikarskiej jest przywoływanie w tekście cudzych słów, co daje dziennikarzowi możliwość zdystansowania się wobec prezentowanych informacji, a odbiorcy umożliwia uzyskanie własnych poglądów w kontekście przytaczanych informacji. Przytoczenie to „intencjonalne włączenie do tekstu własnego słów nie pochodzących od nadawcy głównego, powstałych w pierwotnej sytuacji komunikacyjnej.”¹ w kwestii przytoczeń istotna jest świadomość nadawcy, który dokonuje wyboru określonego komunikatu, kierując się różnymi czynnikami, np. fabularnymi, stylistycznymi, semantycznymi lub dyskursywnymi.²

A. Kula i M. Grzelka, badaczki przytoczenia w różnych przekazach medialnych, twierdzą, że w mediach audialnych oraz audiowizualnych o zakwalifikowaniu fragmentu komunikacji do przytoczeń decyduje kwestia synchroniczności oraz asynchroniczności³, co potwierdzają wcześniejsze rozważania. Przekazów medialnych nadawanych na żywo, w których nie wykorzystuje się wcześniej wypowiedzianych słów, nie można traktować jako przytoczeń. Z kolei materiały asynchroniczne stają się przytoczeniem, gdy zmienia się ich status nadawcy, bowiem instancja nadawcza – redaktor, montażysta, producent – jest wobec niego nadrzędna.⁴

Warto zadać pytanie, jak zatem należy rozpatrywać radiowe programy informacyjne i funkcjonujące w nich przytoczenia. Badaczki wyróżniają następujące funkcje przywołania obcych wypowiedzi w tekście (zarówno w mowie zależnej i niezależnej):⁵

- 1) **funkcja uwiarygadniająca** – cytaty są świadectwem właściwie skonstruowanego przekazu informacyjnego i wyrazem umiejętności warsztatowych dziennikarza.
- 2) **funkcja retoryczna** – cytat wspiera argumentację i wzbogaca warstwę stylistyczną tekstu o walory ekspresywne.
- 3) **funkcja dokumentacyjna** – niezależnie od sposobu przytoczenia wskazuje odbiorcy typy źródeł. Co więcej, i jest to istotne dla przekazów radiowych i telewizyjnych,

¹ A. Kula, M. Grzelka, *Przytoczenie w przekazie medialnym*, Poznań 2012, s. 60.

² Ibidem, s. 60.

³ Ibidem, s. 62.

⁴ A. Kula i M. Grzelka zaliczają do przywołań również wywiady, które nie są transmitowane w mediach na żywo, a ulegają wcześniejszej „obróbce” przez nadawców. Jednym z takich programów jest *Kuba Wojewódzki*. Asynchroniczność wywiadu ujawniają komunikaty prowadzącego o charakterze metatekstowym (por. A. Kula, M. Grzelka, *Przytoczenie w przekazie medialnym*, op. cit., s. 62).

⁵ Wyjaśnienia funkcji przywołań w przekazach medialnych opisano na podstawie: A. Kula, M. Grzelka, *Przytoczenie w przekazie medialnym.*, s. 96-107.

prezentuje „materiał dowodowy”. Prymarną rolą uczestnika oraz świadka w przekazie jest uprawdopodobnienie treści w nim zawartej, bowiem przekaz zyskuje wówczas wieloperspektowiczność oglądu powstałą w wyniku różnorodności osób się wypowiadających, która daje odbiorcy możliwość samodzielnego wnioskowania.

- 4) **funkcja prezentacyjna** – zbliżona do funkcji dokumentacyjnej. Polega na pokazaniu źródeł, do których odnoszą się prezentowane informacje.
- 5) **funkcja substytucyjna** – również jest silnie sprzężona z funkcją dokumentacyjną. Przytoczenie ma zastąpić parafrazę odautorską, która mogłaby zniekształcić cytowaną wypowiedź. Cytat w tym przypadku ma wysoką wartość dokumentacyjną.
- 6) **funkcja eksplanacyjna** – cytat (zwłaszcza taki, który zawiera uzasadnienie i argumentowanie stanowiska) służy wyjaśnieniu skomplikowanych elementów przekazywanej wypowiedzi. Ma on ułatwić zrozumienie treści i wyeliminować niejasności.
- 7) **funkcja egzemplifikacyjna** – dotyczy wypowiedzi anonimowych osób, które reprezentują typowe postawy i poglądy względem omawianego zjawiska. Wówczas cytowanie takiej osoby stanowi przykład najbardziej reprezentatywnych ocen, sposobów myślenia i zachowań względem określonego tematu.
- 8) **funkcja ornamentacyjna** – odnosi się do takich sytuacji, gdy przywołanie cytatu staje się istotniejsze aniżeli treść zawarta w wypowiedzi autorskiej. Służy to urozmaiceniu przekazu poprzez wprowadzenie odmiennej stylistyki (np. stylu potocznego, kancelaryjnego, erudycyjnego, *etc.*). Różnorodność cytatów jest wyrazem wysokich umiejętności dziennikarskich, pomimo braku niejednorodności stylistycznej tekstu (o ile autorskie fragmenty przekazu zachowują jednolitość stylistyczną).
- 9) **funkcja ekspresyjna** – ma zastosowanie w stosunku do mowy niezależnej. Wykorzystywanie cytatu podyktowane jest zachowaniem w oryginalnym brzmieniu elementów nacechowanych aksjologicznie, np. ekspresywizmów, inwektyw, *etc.* Co istotne, w przekazie audialnym funkcję tę realizują również składniki kodu parawerbalnego.
- 10) **funkcja alegacyjna** – według Michała Głowińskiego alegacja to: „wszelkie odwołania tekstowe, niełączące się z żywością dialogiczności, takie, w których cytat czy aluzja (...) utwierdza jednogłosowość”. Choć media powinny unikać jednogłosowości, w przypadku niektórych typów nadawców medialnych o orientacji ortodoksyjnej zjawisko to jest uzasadnione. Mowa tu przede wszystkim o mediach niekomercyjnych, które zobowiązane są do realizowania założonych celów programowych wynikających

z przynależności radiostacji do konkretnych organizacji społeczno-kulturalnych, partii politycznych, stowarzyszeń, instytucji i innych. Jak piszą A. Kula i M. Grzelka, głównym celem stacji publicznych i społecznych jest kreowanie rzeczywistości w oparciu o wartości, idee, sądy wynikające z programu stacji i wpływanie na opinię publiczną w sposób korzystny dla reprezentowanego przez stację podmiotu.

3.1 Autorzy cytowanych słów

Niewątpliwie ważnym zagadnieniem z perspektywy opisu sposobu przywoływania cudzych wypowiedzi w tekstach informacyjnych są ich autorzy. „Wartość informacyjna wydarzenia zależy w dużym stopniu także od tego, na ile odbiorcy mogą się z nim identyfikować.”⁶ Monika Grzelka i Agnieszka Kula w wyniku analizy informacji radiowych, prasowych i telewizyjnych wyróżniły kilka kategorii osób cytowanych⁷:

- 1) **uczestnicy (strongy)** – postacie zaangażowane, bez dystansu, znają wydarzenie w sposób bezpośredni. Uwzględnienie ich w przekazie medialnym pozwala na zaprezentowanie informacji z różnych punktów widzenia, a także na uzyskanie pełnego obrazu omawianej sytuacji. Liczba i rodzaj uczestników informacji zależy od: stopnia sensacyjności omawianego zdarzenia, poruszanej tematyki, przyjętej perspektywy nadawczej oraz funkcji przekazu medialnego. Uczestnicy wydarzenia należą zarówno do sfery prywatnej, jak i publicznej.
- 2) **świadkowie** – są obserwatorami opisywanego wydarzenia, stanowią mniej zaangażowany bezpośrednio punkt widzenia. Najistotniejszą cechą świadka dla informacji dziennikarskiej jest jego naoczność, dzięki czemu trudniej jest podważyć relację z wydarzeń.
- 3) **eksperci-praktycy** – posiadają specjalistyczną wiedzę wynikającą z ich doświadczeń, dotyczącą omawianych informacji.
- 4) **eksperci-teoretycy** – ich opinia poszerza perspektywę prezentowanych informacji. Treść ich wypowiedzi ma charakter generalizujący.
- 5) **przeciętni Kowalscy** – przeciętni obywatele, którzy odnoszą informacje do potocznego doświadczenia wspólnoty odbiorczej. Stanowią spoiwo informacji lub wydarzenia ze zwyczajnym, powszednim życiem.

⁶ M. Chyliński, S. Russ-Mohl, *Dziennikarstwo*, Warszawa 2007, s. 128.

⁷ Poniższy opis stworzono na podstawie: M. Grzelka, A. Kula, *Przytoczenie w przekazie medialnym*, op. cit., s. 108-146.

Do wyżej wymienionych grup należy dodać także osoby, które nie są ani świadkami wydarzeń, ani ich obiektywnymi obserwatorami, a reprezentują instytucje, których dotyczy opisywane wydarzenie. Mowa tu o rzecznikach prasowych, których można uznać za szóstą kategorię.

6) **reprezentant podmiotu** – rzecznik prasowy lub inna osoba wypowiadająca się w imieniu firmy, instytucji czy stowarzyszenia.

W żadnej z wyżej wymienionych kategorii badaczki nie wskazują rzeczników prasowych jako osób cytowanych, jednakże analiza korpusu tekstu radiowych programów informacyjnych wskazuje, że są to osoby często cytowane w wiadomościach radiowych. Wydaje się, że rzecznika prasowego nie można uznać za uczestnika ani świadka omawianych wydarzeń, ponieważ jego funkcja ma przede wszystkim charakter reprezentacyjny. Co więcej, rzecznik prasowy z jednej strony musi spełniać oczekiwania swojego przełożonego, z drugiej powinien brać pod uwagę potrzeby dziennikarzy i odbiorców medialnych. Pogodzenie tych dwóch stron może być dla rzecznika prasowego bardzo trudnym zadaniem, a niekiedy nieosiągalnym celem.⁸ Biorąc pod uwagę powyższe, rzecznik prasowy nie jest uczestnikiem ani obserwatorem, ani ekspertem, a osobą, która w sposób subiektywny, przede wszystkim korzystny dla reprezentowanego podmiotu, przedstawia mediom i odbiorcom fakty. Grupę reprezentanta podmiotu można by potraktować również jako część pierwszej kategorii, ale bardziej pasującym dla niej określeniem jest wskazane w nawiasie określenie strony niż uczestniczy.

Skoro wyodrębniono dodatkową kategorię osób cytowanych, do której należą reprezentanci podmiotu, pojawia się także pytanie, jako należałoby rozpatrywać polityków i inne osoby związane z ugrupowaniami politycznymi. Badaczki umiejscawiają ich w grupie uczestników, ponieważ według nich przynależą do niej osoby pochodzące zarówno z przestrzeni nieoficjalnej, jak i publicznej, jednakże ze względu na ich oficjalny charakter pracy i przynależność do politycznego ugrupowania można ich niekiedy zaliczyć do wyodrębnionej grupy reprezentantów podmiotu. Ich przynależność do kategorii osób cytowanych zależy przede wszystkim od kontekstu przytaczanej wypowiedzi, ponieważ polityk może występować również w roli eksperta.

⁸ D. Narożna, *Uwarunkowania funkcji rzecznika prasowego w Polsce. Teoria i praktyka*, Poznań 2018, s. 123.

3.2 Przytoczenie w przekazach medialnych

Przytaczanie cudzych słów jest czynnikiem budującym wielogłosowość przekazów medialnych. Wprowadzenie ich zaburza jednolitą strukturę nadawczą, jednakże niekiedy stopień odrębności cudzych wypowiedzi w wyniku swojej strukturalnej lub metatekstowej obudowy jest różny. Spośród sposobów przytoczeń wymienionych przez Agnieszkę Kulę i Monikę Grzelkę można wyróżnić dwie grupy przytoczeń, kierując się kryterium samodzielności.⁹

Tab. nr 12: Podział sposobów przytoczeń ze względu na ich stopień tekstowej odrębności

Sposoby przytoczeń pozornie samodzielne, „niezależne”	Sposoby przytoczeń o mniej wyrazistej odrębności
1. Mowa niezależna.	1. Mowa zależna.
2. Mowa pozornie niezależna.	2. Mowa znarratywizowana.
3. Wyseпки tekstowe.	3. Mowa pozornie zależna.
4. Modalizacja przytoczeniowa.	

Źródło: na podstawie M. Grzelka i A. Kula *Przytoczenie w przekazie medialnym*, s. 147.

Należy wziąć pod uwagę fakt, że nigdy przytaczanie nie jest odrębnym, niezależnym tekstem, ponieważ zawsze jest dokonany świadomie przez nadawcę zabiegiem językowym. Nadawca wybrany przez siebie cytat osadza w odpowiednim miejscu w tekście, dobiera jego formę oraz nadaje mu właściwą językową ramę. Umieszczenie cytatu we właściwym kontekście sprawia zatem, że cytat (niezależnie od tego, w jakiej byłby odmianie) staje się niejako podrzędny względem tekstu głównego. W zależności od tego, jaką reakcję u odbiorcy mają wywołać cytowane słowa, nadawca medialny powinien uwzględnić ich właściwą obudowę.¹⁰ M. Grzelka i A. Kula wymieniają następujące sposoby przytoczeń:

1) Mowa niezależna

Jest to „dosłowne przytoczenie w utworze czyichś słów”¹¹. Według *Słownika terminów literackich* „mowa niezależna, wydzielona z narracji i składniowo od niej niezawisła, zakłada reprodukcję słów tak, jak miały zostać wypowiedziane”¹². W tekstach pisanych

⁹ A. Kula, M. Grzelka, *Przytoczenie w przekazie medialnym*, op. cit., s. 147.

¹⁰ A. Kula, M. Grzelka, *Przytoczenie w przekazie medialnym*, op. cit., s. 61.

¹¹ *Słownik języka polskiego PWN*, <https://sjp.pwn.pl/slowniki/mowa%20niezale%20C5%BCna.html>, [29.03.2023].

¹² *Słownik terminów literackich*, red. J. Sławiński, Wrocław 2002, s. 299.

przytoczenie jest wyodrębniane za pomocą izolujących zabiegów graficzno-interpunkcyjnych. W przypadku tekstów udostępnianych za pomocą mediów audiowizualnych bądź audialnych cytaty rozgraniczane są za pomocą: konturów interwencyjnych wypowiedzi, cięć montażowych, stosowania kadrów z wizerunkiem mówiącego lub nagrań jego głosu. Sekwencje odautorskie wprowadzenia cytatu nazywane są dziennikarskimi didaskaliami. Posiadają one informacje dotyczące niewerbalnych elementów aktu komunikacji, takich jak uczestnicy, czas, przestrzeń, mimika, gesty, postawa ciała itp. Samodzielność mowy niezależnej opiera się przede wszystkim na relacjach syntaktycznych.

Jak piszą M. Grzelka i A. Kula, mowa niezależna udowadnia swoją skuteczność w gatunkach, w których istotna jest zindywidualizowana relacja (np. felieton, komentarz, polemika, reportaż). Co więcej, mowa zależna pozwala na zastosowanie mechanizmu przeniesienia odpowiedzialności za sądy na inne osoby. W przypadku zgodności oceny nadawcy z cytowaną osobą zastosowanie mowy zależnej zwiększa siłę argumentacyjną poprzez tzw. efekt prestiżu. W sytuacji odwrotnej nadawca dzięki mowie zależnej może zdystansować się do przekazu zawartego w przytoczeniu.¹³ Dystans ten może być niekiedy tylko pozorny, a mowa zależna może stanowić złudzenie obiektywizmu dziennikarskiego. Często opiniotwórczy charakter ma już dobór właściwego dla danej rozgłośni rozmówcy czy jego słów.

2) Mowa zależna

Wielki słownik języka polskiego definiuje mowę zależną jako: „przytoczenie czyjejś wypowiedzi w formie zdania podrzędnego rozpoczynającego się od słowa *że*”¹⁴. Jak podaje *Słownik terminów literackich*, w mowie zależnej „przytoczenie podporządkowane jest składniowo narracji i stanowi zdanie podrzędne.”¹⁵ Istotą tego zabiegu językowego jest stosowanie zdań podrzędnych w celu przywołania czyichś słów.

Mowa zależna, określana również jako mowa pośrednia czy reprodukcja pośrednia, wprowadza do tekstu cudze słowa w kształcie zasadniczo odmiennym niż mowa niezależna: wypowiedź cytowana zostaje zmieniona gramatycznie, składniowo, wreszcie

¹³ A. Kula, M. Grzelka, *Przytoczenie w przekazie medialnym*, op. cit., s. 69-70.

¹⁴ *Wielki słownik języka polskiego*, red. P. Żmigrodzki, <https://wsjp.pl/haslo/podglad/45245/mowa-zalezna>, [29.03.2023].

¹⁵ *Słownik terminów literackich*, op. cit., s. 300.

stylistycznie, co ma niebagatelne znaczenie w procesie tworzenia tekstu dziennikarskiego o określonym gatunku.¹⁶

Mowa zależna daje redaktorom tekstów medialnych duże możliwości zmiany cytowanych słów. Ponadto M. Chyliński i S. Russ-Mohl podkreślają, że mowa zależna ułatwia skrócenie wypowiedzi, streszczenie jej, a także wyodrębnienie najbardziej istotnego fragmentu.¹⁷ Analiza przykładów przeprowadzona przez badaczki przytoczeń wykazała wiele funkcji stosowania mowy zależnej w różnych przekazach medialnych. Są nimi:¹⁸

- wprowadzenie i zapowiedź wypowiedzi, która następnie zostaje „uszczegółowiona, doprecyzowana, dookreślona lub nawet powtórzona w mowie wprost”¹⁹ – wówczas mowa zależna pełni rolę didaskaliów;
- funkcja eksplanacyjna – dziennikarz ma ułatwić odbiorcom zrozumienie treści;
- ujednolicenie tekstu pod względem stylistycznym, co pozwala zapewnić w tekstach informacyjnych realizację zasady jednorodności stylistycznej oraz brak ekspresywności językowej;
- umożliwienie językowo-artystycznej swobody nadawcy, polegającej na zastosowaniu oryginalnych konstrukcji, okazjonalizmów, ekspresywizmów, kolokwializmów, inwersji *etc.*;
- umożliwienie zachowania indywidualnego stylu nadawcy – mowa tu zwłaszcza o tekstach publicystycznych, w których odbiorcy oczekują specyficznego stylu wypowiedzi dziennikarza;
- odwołanie się do czyichś słów w celach argumentacyjnych – dotyczy przede wszystkim tekstów o charakterze polemicznym.

3) Mowa pozornie zależna

W literaturoznawstwie pojęcie to definiuje się jako: „jeden z trzech podstawowych (...) sposób przytaczania wypowiedzi postaci w tekście narracyjnym, znoszący ścisłe rozgraniczenia pomiędzy tekstem opowiadania a przytoczeniem”.²⁰ Mowa pozornie zależna jest pozbawiona realizacji sygnalizacji formalnej, dlatego niekiedy trudno ją zauważyć. Mowa

¹⁶ A. Kula, M. Grzelka, *Przytoczenie w przekazie medialnym*, op. cit., s. 71.

¹⁷ M. Chyliński, S. Russ-Mohl, op. cit., s. 72.

¹⁸ M. Grzelka, A. Kula, *Przytoczenie w przekazie medialnym*, op. cit., s. 71-79.

¹⁹ *Ibidem*, s. 72.

²⁰ *Słownik terminów literackich*, op. cit., s. 299.

pozornie zależna w tekstach dziennikarskich występuje zazwyczaj w reportażu, w raportach, w sylwetkach oraz w informacjach.²¹

4) Wysepki tekstowe

Są to urywki tekstu „w oryginale”. Zostają umieszczone „w ciągu przeformułowanej wypowiedzi przytaczanej, wykorzystując intonację czy obudowę interpunkcyjno-graficzną, by wskazać je w tekście.”²²

5) Mowa znarratywizowana

Jest funkcjonalnie bliska mowie zależnej:

(...) mowa znarratywizowana, w której przeformułowanie, transformacja tekstu pierwotnego jest jeszcze wyraźniejsza. Ten uproszczony, uogólniony element cudzej wypowiedzi, wprowadzony przez autora, może dotyczyć jednego wybranego aspektu mówienia: elementów parawerbalnych, gatunkowych, illokucyjnych, perlokucyjnych. Mowa znarratywizowana okazuje się przydatna w tych realizacjach tekstowych, w których pragmatyczny wymiar przytoczenia jest ważniejszy niż jego warstwa treściowa.²³

W przypadku mowy znarratywizowanej nie jest możliwe odtworzenie tekstu pierwotnego. Autor takiego przytoczenia eksponuje wyodrębniony aspekt wypowiedzi, np. sens pragmatyczny, sposób realizacji wypowiedzi, gatunek czy najważniejsze elementy treściowe.

6) Modalizacje przytoczeniowe

Są zbliżone do wysepki tekstowej, jednakże różnią je sposoby sygnalizowania przez nadawców. W przypadku modalizacji autor sygnalizuje przytoczenie za pomocą intonacji lub dopowiedzeń, tj. *jak mawia, jak nazywa*. Modalizacje i wyspeki tekstowe mają na celu wskazać, jaki jest stosunek nadawcy tekstu do cytowanego fragmentu lub cytowanej osoby.

²¹ Ibidem, s. 299.

²² M. Grzelka, A. Kula, *Przytoczenie w przekazie medialnym*, op. cit., s. 82.

²³ Ibidem, s. 81.

3.3 Sposoby przytoczeń w radiowych serwisach informacyjnych – przykłady i funkcje

Wszystkie przytoczenia w radiowych serwisach informacyjnych, które są przekazami informacyjnymi, pełnią funkcję uwiarygadniającą. Oprócz tego realizują też inne cele, co zostanie opisane poniżej.

3.3.1 Mowa niezależna

Mowa niezależna występuje w tych wszystkich segmentach radiowych serwisów informacyjnych, w których ma miejsce wywiad i bezpośrednie cytowanie cudzych słów. Wywiad to gatunek medialny, który nie może istnieć bez przytoczeń niezależnych. Mowa niezależna kształtuje iluzoryczne wrażenie braku wpływu jakiejkolwiek osoby na wypowiedź. Ponadto tekst z mową niezależną daje wrażenie obiektywizmu dziennikarskiego.²⁴

Poniższe cytaty z radia RMF FM pełnią funkcję egzemplifikacyjną. Choć nie są cytatai anonimowych osób, prezentują typowe poglądy na temat ustawy rządowej obu stron – koalicji rządzącej i opozycji. Co więcej, pierwszy cytat posła z PiS-u pełni również funkcję ekspresyjną i wzmacnia emocjonalny charakter wypowiedzi.

58. Patryk Michalski (reporter): Tak, wypowiedzi polityków PiS są jasne. Niezwykle krytyczna opinia nie powstrzyma ich przed poparciem ustawy.

Marek Pęk (rozmówca): **To opinia kagańcowa, ona tak naprawdę uniemożliwia nam zrobienie jakiejkolwiek reformy.**

Patryk Michalski (rozmówca): Mówi Marek Pęk z PiS-u, a tak odpowiada mu Bogdan Klich z Koalicji Obywatelskiej.

Bogdan Klich (rozmówca): **O ile PiS w kraju lekceważy opinię Komisji Weneckiej, o tyle za granicą jest ona bardzo szanowana i traktowana jako taki wzór.**

Patryk Michalski: Senator uważa, że przyjęcie ustawy przyniesie poważne konsekwencje dla Polski. [RMF 16.01.2020 13:00]

Inny przykład mowy zależnej, pochodzący z Radia ZET, pełni funkcję prezentacyjną – cytat Premiera Mateusza Morawieckiego ma stanowić potwierdzenie informacji zawartej w poprzedzającej go wypowiedzi prowadzącego.

59. Paweł Nadrowski (prowadzący): Uczniowie wracają do szkół, ale spokojnie, jeszcze nie teraz.

²⁴ Ibidem, s. 64-65.

Mateusz Morawiecki (rozmówca): Chcemy, żeby od pierwszego września dzieci, młodzież normalnie wróciły do szkół.

Paweł Nadrowski (prowadzący): **Zapowiada** to Premier Morawiecki. Lotniska w walce z koronawirusem. Jeszcze przed wakacjami zamontują kamery termowizyjne. Prezydent do końca życia. [ZET 25.06.2020 12:00]

Ze względu na to, że radio to komunikacja audialna, każdy cytat musi być „podpisany” werbalnie. Niekiedy poprzez podanie samego imienia i nazwiska, a niekiedy zdania wykorzystującego *verba dicendi* przed lub po cytacie.

3.3.2 Mowa zależna

Poniższy przykład mowy zależnej pełni funkcję alegacyjną. Wzmacnia jedną, właściwą perspektywę spojrzenia na prezentowaną w newsie informację.

60. Prowadzący: Henryk Jacek S. jest od dwudziestu lat dyrektorem Teatru Bagatela. Niedopuszczalna jest sytuacja, w której na konferencji poświęconej Holocaustowi Prezydent Polski nie może zabrać głosu, a główna gwiazda spotkania to Władimir Putin – **powiedział w Pierwszym Programie Polskiego Radia** wiceminister spraw zagranicznych Paweł Jabłoński. [PR3 7.01.2020 11:00]

Kolejne zastosowanie mowy zależnej pełni funkcję prezentacyjną. Występuje przed bezpośrednim zacytowaniem uczestnika omawianych wydarzeń.

61. Izabela Kuczyńska (prowadząca): Hospicjum w Chojnicach, w którym wczoraj doszło do tragicznego w skutkach pożaru, nie miało systemu ostrzegającego przed ogniem – **przyznała** to prezes Fundacji „Palius”, która prowadzi placówkę, Barbara Bonna. **Dodała, że** nie ma takiego wymogu dla hospicjów. Wczoraj w nocy w pożarze, który strawił ośrodek zginęły cztery osoby, a ponad dwadzieścia zostało rannych.
Barbara Bonna: Zgodnie z przepisami instalacja przeciwpożarowa musi być zakładana w budynkach służby zdrowia powyżej stu łóżek. [PR1 7.01.2020 11:00]

Następny przykład również zawiera mowę zależną oraz cytaty bezpośrednie. Wykorzystanie różnych sposobów przytoczenia służy pokazaniu opinii dwóch stron konfliktu politycznego, którego dotyczy informacja.

62. Prowadzący: **Uchwała trzech izb Sądu Najwyższego może zagrażać porządkowi prawnemu w Polsce – uważa Premier Mateusz Morawiecki.** Sąd Najwyższy orzekł wczoraj, że sędziowie wskazani przez nową KRS są nieuprawnieni do orzekania. Szef Rządu

podjął decyzję o skierowaniu do Trybunału Konstytucyjnego wniosku o zbadanie niezgodności z Konstytucją przepisów prawa, których użyli wczoraj sędziowie Sądu Najwyższego.

Mateusz Morawiecki: Każde poważne państwo musi postępować w taki sposób, żeby utrzymać stabilność systemu prawnego, uniknąć chaosu, uniknąć anarchii. Ja sądzę, że uchwała, z którą wczoraj byliśmy skonfrontowani, zmierzałaby, jeżeli zostanie podtrzymana, w kierunku chaosu.

Prowadzący: Trybunał Konstytucyjny nie może kwestionować uchwały Sądu Najwyższego – uważa Pierwsza Prezes Sądu Najwyższego Małgorzata Gersdorf.

Małgorzata Gersdorf: Uchwały nie można zakwestionować. Może oceniać przepis. (szumy)
Trybunał Konstytucyjny nie ma prawa wkraczania w funkcję orzeczniczą sądów w ogóle.
[PR1 24.01.2020 17:00]

Pierwsze przytoczenie: *Uchwała trzech izb Sądu Najwyższego może zagrazać porządkowi prawnemu w Polsce – uważa Premier Mateusz Morawiecki* pełni funkcję dokumentacyjną. Następnie bezpośrednia wypowiedź rozwijająca wskazaną wcześniej opinię pełni funkcję eksplanacyjną. Z kolei, wypowiedź Prezes Sądu Najwyższego Małgorzaty Gersdorf stanowi przeciwieństwo oceny Premiera. Przywołanie jej słów pełni funkcję dokumentacyjną, a także egzemplifikacyjną.

W Radiu RMF FM również stosuje się mowę zależną, jednak to zjawisko nie jest częste. Poniższy przykład mowy zależnej pełni funkcję alegacyjną, którą realizują przede wszystkim stacje komercyjne i Radio Maryja. Tak samo jak w powyższych przykładach, mowie zależnej towarzyszą bezpośrednie cytowania, które zazwyczaj uzupełniają i potwierdzają przytaczaną przez dziennikarzy treść.

63. Prowadząca: „To budzi szacunek” – tak profesor Adam Strzembosz mówi o sędziach Izby Cywilnej opiniowanych do Sądu Najwyższego przez obecną KRS, którzy podporządkowali się wczorajszej uchwale połączonych izb tego sądu.

Prowadzący: Zgodnie z tą uchwałą sędziowie powołani przez nową KRS nie powinni orzekać i tak właśnie zrobili. Dziś z tego powodu odroczone w Sądzie Najwyższym dwadzieścia trzy posiedzenia i trzy rozprawy.

Prowadząca: Zdaniem byłego Pierwszego Prezesa Sądu Najwyższego tak właśnie powinni się zachować.

Adam Strzembosz (rozmówca): To znaczy, że ci sędziowie postępują w sposób lojalny nie tylko do instytucji, w której pracują, ale do prawa, które dotyczy Sądu Najwyższego. To rzeczywiście wskazuje, że nie są to osoby byle jakie. [RMF 24.01.2020 17:00]

Inny przykład mowy zależnej, zaczerpnięty z Radia Maryja, pełni funkcję omówienia charakteru przytaczanych wypowiedzi. Po wypowiedziach prowadzących pojawia się fragment wypowiedzi osoby przytaczanej, który w poniższym przypadku rozwija treść newsa i urozmaica jego formę.

64. Prowadząca: Prezydent Andrzej Duda w swoim przemówieniu **podziękował** profesorowi za przyjęcie tej nominacji. **Dodał**, że KNF jest instytucją, która ma ogromne znaczenie dla bezpieczeństwa kapitałowego, finansowego i gospodarki państwa.

Prowadzący: Andrzej Duda **przypomni**, że profesor Robert Tomanek to naukowiec z bogatym doświadczeniem.

Andrzej Duda (rozmówca): Ekspert, który przez wiele lat zasiadał i zasiada w radach nadzorczych różnych podmiotów, także i wielkich podmiotów gospodarczych na polskim rynku, podmiotów także, które funkcjonują na rynkach zagranicznych. [RM 24.01.2020 12:00]

Inny przykład z Radia Maryja pokazuje eksplanacyjną funkcję mowy zależnej i cytowania.

65. Prowadząca: Łukasz Szumowski **tłumaczył** też, że decyzję w sprawie odejścia podjął już w lutym i sygnalizował ją Premierowi oraz Prezesowi PiS-u.

Łukasz Szumowski (rozmówca): Tak naprawdę rozmowy o tym były od wielu, wielu miesięcy. Umowa dżentelmeńska między mną a Panem Premierem, Panem Prezesem była taka, że miałem dokończyć parę spraw ważnych dla Polski i choćby zakończyć i wdrożyć system informatyzacji ochrony zdrowia.

Prowadzący: Profesor Łukasz Szumowski **poinformował** też, że po jego rezygnacji formalnie władzę w resorcie służby zdrowia przejmuje na razie Premier. [RM 18.08.2020 17:00]

Poniższy przykład mowy zależnej, również z programu informacyjnego Radia Maryja, pełni funkcję alegacyjną. Ponownie po mowie zależnej pojawia się cytat bezpośredni, co wskazuje na tendencyjny schemat tworzenia newsa.

66. Prowadzący: Tymczasem **zdaniem posła PiS Tadeusza Cymańskiego** nie ma wątpliwości, że przepisy dyscyplinujące sędziów są niezbędne.

Tadeusz Cymański: Mówią sędziowie ku zdziwieniu nikt nie jest dobrym sędzią we własnej sprawie, tymczasem oni chcą być sędzią. [RM 24.01.2020 12:00]

W Radiu Niepokalanów również mowa zależna i cytaty pełnią głównie funkcję prezentacyjną oraz dokumentacyjną, co pokazują poniższe przykłady.

67. Prowadzący: Podczas posiedzenia prokurator Barbara Śledź **tlumaczyła**, że działania oskarżonych wypełniają znamiona zbrodni przeciwko ludzkości.
Barbara Śledź (rozmówca): Oskarżeni działali bowiem w imieniu aparatu państwowego. Ich działania godziły w podstawowe prawa człowieka, w tym prawo do godności ludzkiej, bezpieczeństwa osobistego, ochrony przed niezgodnym z prawem działaniem funkcjonariuszy państwowych. [RN 15.01.2020 13:00]
68. Prowadzący: Prezydent **zapewnia**, że nie zabraknie żywności w związku z epidemią koronawirusa. Andrzej Duda odwiedził Bank Żywności w Ciechanowie i jak **mówił**, zapasów nie brakuje.
69. Andrzej Duda (rozmówca): Byliśmy tutaj z panem ministrem w magazynie. Magazyn jest pełny, gotowy do tego, aby żywność dostarczać. [RN 13.03.2020 16:00]
70. Małgorzata Miszczak (prowadząca): Szef Kancelarii Premiera zaapelował do pracodawców, by w związku z rozprzestrzenianiem się koronawirusa wdrażać zdalną pracę. Minister poinformował po posiedzeniu rządowego centrum zarządzania kryzysowego, że takie rozwiązania są już wprowadzane w administracji państwowej.
Michał Dworczyk (rozmówca): Wszystkie działania prowadzone są po to, żeby ograniczyć kontakty interpersonalne. [RN 13.03.2020 17:00]

3.3.3 Mowa znarratywizowana

Mowa znarratywizowana jest równie często stosowanym zabiegiem w radiowych serwisach informacyjnych tuż obok mowy niezależnej i zależnej. W komunikacji radiowej, ograniczonej do kodu dźwiękowego, mowa znarratywizowana pozwala na zawarcie w przekazie informacji, które w mediach audiowizualnych byłyby przekazane za pomocą obrazu. Pełni ona zatem funkcję opisową, pozwalającą na relacjonowanie otoczenia towarzyszącego danej wypowiedzi, np. mimika twarzy mówiącego, intonacja, intencja mówiącego itp. Z tego względu, że mowa znarratywizowana nie skupia się na warstwie treściowej cytowanej wypowiedzi, występuje ona wraz z mową niezależną bądź zależną. Poniżej zostaną zaprezentowane przykładowe zastosowania mowy znarratywizowanej w analizowanych serwisach informacyjnych.

W radiowych serwisach informacyjnych Programu Pierwszego Polskiego Radia można wskazać taką ilustrację mowy znarratywizowanej:

71. Tomasz Marciniuk (prowadzący): Papież Franciszek **modlił się** o miłosierdzie dla cierpiących z powodu koronawirusa. Nabożeństwo nazwane *Nadzwyczajna modlitwa w czasie pandemii* odbyło się przed Bazyliką Watykańską. W dniu, w którym we Włoszech potwierdzono rekordową liczbę ponad dziewięćset ofiar śmiertelnych koronawirusa.

Piotr Kowalczuk (korespondent): Franciszek **modlił się** przed pustym, zamkniętym z powodu pandemii Placem Świętego Piotra. [fragment modlitwy Papieża po włosku]

Papież Franciszek [korespondent tłumaczy słowa Papieża]: Boże Wszechmocny i miłosierny, spójrz na nasze cierpienia, pociesz swoje dzieci i otwórz nasze serca nadziei, byśmy poczuli Twą ojcowską obecność pośród nas.

Piotr Kowalczuk (korespondent): W homilii **powiedział**, że nie jesteśmy samowystarczalni. Potrzebujemy Jezusa, aby powierzyć mu nasze obawy, lęki. Tylko On może je przezwyciężyć. Następnie Franciszek w **skupieniu** zatrzymał się przed czczoną przez rzymian ikoną Matki Bożej Salus Populi Romani i krucyfiksem Świętego Marcelego, który według wierzeń w szesnastym wieku położył kres epidemii dżumy. **Po błaganiach** o miłosierdzie i adoracji Najświętszego Sakramentu Franciszek **udzielił błogosławieństwa urbi et orbi**. Piotr Kowalczuk. Polskie Radio. Rzym. [PR1 27.03.2020 19:00]

Powyższy news składa się z mowy niezależnej (fragment słów Papieża wpleciony w tekst korespondencji), mowy niezależnej (*W homilii powiedział, że nie jesteśmy samowystarczalni*), pozornie zależnej (*Potrzebujemy Jezusa, aby powierzyć mu nasze obawy, lęki. Tylko On może je przezwyciężyć*) i mowy znarratywizowanej. Do tej ostatniej należy zaliczyć wypowiedzenia z czasownikami *modlił się i udzielił błogosławieństwa urbi et orbi* oraz wyrażeniami przyimkowymi *w skupieniu i po błaganiach*. Komunikaty te mają stworzyć tło dla przytaczanych słów – zrelacjonować zachowanie Papieża, jego emocje oraz atmosferę, jaka towarzyszyła temu podniosłemu wydarzeniu. W przypadku tych wypowiedzeń nie jest możliwe pełne odtworzenie omawianych słów Papieża.

W serwisach Programu Trzeciego Polskiego Radia odnaleźć można taki przykład prezentowanego zjawiska:

72. Wojciech Cegielski (korespondent): Prezydent Brazylii jest kolejnym światowym przywódcą, który zakaził się koronawirusem. Przez ostatnie tygodnie Jair Bolsonaro wielokrotnie **pokazywał się na wiecach, ścisnął ludziom dłonie i był bez maseczki**, a o wirusie mówił, i tu cytat, że „to mała gryпка”²⁵. Teraz **twierdzi**, że czuje się dobrze, ale ma zostać poddany izolacji. Brazylia jest drugim pod względem liczby ofiar krajem na świecie. Wczoraj zmarło tam ponad tysiąc dwieście osób, a w sumie sześćdziesiąt sześć tysięcy. [PR3 8.07.2020 10:00]

Korespondencja ta poprzez opis zachowania Prezydenta towarzyszący jego publicznym wypowiedziom pokazuje lekceważący stosunek polityka do koronawirusa. Jego pogląd

²⁵ Fragment: *O wirusie mówił, i tu cytat, że „to mała gryпка”* traktuję jako przykład wysepki tekstowej, jednakże ze względu na nieliczne przykłady tego zjawiska w zebranych materiale nie poświęcam temu zagadnieniu oddzielnego podrozdziału.

względem zagrożenia jest wyrażony za pomocą cytatu, ale także przez mowę znarratywizowaną.

W serwisach informacyjnych Radia RMF FM również można odnaleźć przykłady mowy znarratywizowanej:

73. Tomasz Staniszewski (prowadzący): Skoczkowie narciarscy przebywający na zgrupowaniu w Wiśle wciąż czekają na wyniki testów na koronawirusa. Cała kadra oraz sztab, czyli w sumie dwadzieścia cztery osoby wczoraj przeszły badania. W *Faktach* Wojciech Marczyk z redakcji sportowej. Wojtku, jaka atmosfera o poranku jest w kadrze?

Wojciech Marczyk (reporter): **Dużego zdenerwowania wśród skoczków nie ma. Sami zawodnicy i członkowie sztabu mają świadomość, że kontakt z zarażonym Adamem Małyszem mieli już kilkanaście dni temu.** Powodem do optymizmu jest też negatywny wynik testu, który uzyskał Łukasz Gębala, fizjoterapeuta naszej kadry. Miał największe szanse na zarażenie się wirusem, ponieważ miał najdłuższy kontakt z Małyszem. **O dobrej atmosferze świadczy też wpis w mediach społecznościowych Piotra Żyły, który mimo iż nie otrzymał jeszcze wyników testu przekonuje, że jest zdrowy. Wszyscy nasi reprezentanci czują się bardzo dobrze.** Oczekiwania na wyniki badań nie krzyżują planów treningowych naszej reprezentacji. [RMF 25.06.2020 10:00]

Biorąc pod uwagę sposoby dziennikarzy na zdobywanie informacji, powyższa relacja może stanowić pośrednie przywołanie wypowiedzi sportowców, które uzyskał reporter, przygotowując materiał na temat atmosfery polskich skoczków narciarskich na zgrupowaniu. Dziennikarz nie cytuje bądź nie parafrazuje ich słów, ale skupia się na perlokucyjnym charakterze ich komunikatów. Zastosowana powyżej mowa znarratywizowana podkreśla pozytywne nastawienie sportowców.

Również w Radiu ZET mowa znarratywizowana stosowana jest w celu prezentowaniu stanów emocjonalnych cytowanych osób. Pokazuje to poniższy przykład:

74. Sławomir Mierzejewski (prowadzący): Do końca kwietnia ma być sfinalizowana spektakularna transakcja polskiej grupy lotniczej, do której należy LOT. Teraz będzie też właścicielem Niemieckiego Towarzystwa Lotniczego Condor, które do niedawna należało do upadłego giganta turystycznego Thomas Cook. Condor zatrudnia prawie 5 tysięcy osób i ma około sześćdziesięciu samolotów. Żadna ze stron nie podaje wartości transakcji. A co mówią Niemcy?

Wojciech Hernes (korespondent): *To dobra wiadomość* – piszą niemieckie media, rząd federalny i rząd landu Hesja, które pożyczyły Condorowi trzysta osiemdziesiąt milionów euro, by przetrwał plajt koncernu. Thomas Cook dostaną pieniądze z powrotem. **Cieszy się** kierownictwo Condora, bo firma będzie nadal przynosić zyski i pracownicy Niemieckiego Towarzystwa, bo nie będzie masowych zwolnień. **Zadowolona też jest niemiecka branża turystyczna.** Condor obsługuje ponad dwadzieścia procent jej czarterowych lotów. Berlin. Wojciech Hernes. Radio ZET. [ZET 24.01.2020 17:00]

Powyższa relacja Wojciecha Hernesa, poza cytatem z niemieckich mediów, nie przywołuje konkretnych słów Niemców, których dotyczy omawiany problem, ale skupia się na ich emocjonalnej reakcji wywołanej rozgrywającymi się zdarzeniami. Taka forma przytaczania nie pozwala na odtworzenie autentycznych słów cytowanych instytucji.

Na podstawie analizy materiału badawczego można stwierdzić, że najwięcej przykładów mowy znarratywizowanej występuje w Radiu Maryja. Ze względu na ograniczenia ilościowe i przyjętą konwencję prezentowanego materiału ograniczę się do prezentacji tylko jednego przykładu.

75. Prowadząca: Sąd Okręgowy w Warszawie zdecydował o zastosowaniu wobec aktywisty LGBT Michała Sz. dwumiesięcznego aresztu w związku z dewastacją furgonetki Fundacji *PRO – Prawo do życia*. Decyzja wywołała **protesty** środowisk LGBT. **Dozło** też do **kolejnych profanacji** pomników. Działacze LGBT **usiłowali między innymi blokować** przejazd radiowozów, w których znajdował się zatrzymany Michał Sz. **Skandowali też okrzyki sprzeciwiające się rzekomemu prześladowaniu środowisk LGBT.** Część z nich **uloowała się** przed kościołem Świętego Krzyża. Osoba z tęczową flagą **weszła na pomnik smoleński**, a inne protestujące osoby **zawiesiły** tęczową flagę na pomniku Mikołaja Kopernika. O szczegółach zatrzymania Michała Sz. i **agresji** działaczy LGBT mówi rzecznik prasowy Komendy Stołecznej Policji nadkomisarz Sylwester Marczak. [RM 10.08.2020 10:00]

Powyższy przykład mowy znarratywizowanej ma zobrazować zachowanie uczestników omawianego wydarzenia. Protesty środowisk LGBT zostały przedstawione w mowie znarratywizowanej dość szczegółowo. Zastosowanie zaznaczonych w powyższym tekście czasowników prezentuje nie tylko agresywne zachowanie protestujących, ale również ich emocje.

Mowa znarratywizowana występuje również w Radiu Niepokalanów.

76. Marek Wałkuski (korespondent): Donald Trump **chwalil** Polskę za poważne traktowanie zobowiązania w ramach NATO i przeznaczenia dwóch procent PKB na obronność. **Powiedział** też, że Stany Zjednoczone i Polska są na drodze do zawarcia porozumienia o budowie elektrowni atomowej i pracują nad formalnym porozumieniem, które wypełni deklarację wojskową podpisaną w ubiegłym roku. **Zapowiedział** kolejne inwestycje gospodarcze, bliską współpracę w walce z koronawirusem, między innymi w sprawie szczepionki, a także dalsze zakupy gazu LNG ze Stanów Zjednoczonych. Prezydent Duda **wyraził radość**, że istnieje możliwość dalszego zwiększania obecności wojskowej w Polsce, ale **podkreślił**, że Polska opowiada się za pozostawieniem wojsk amerykańskich w Europie.
[RN 25.06.2020 10:00]

Powyższa korespondencja prezentuje pozytywne relacje polsko-amerykańskie. Przekaz ten jest wzmocniony poprzez czasowniki *chwalić* i *wyrazić radość*, które wskazują na stan emocjonalny towarzyszący cytowanym politykom.

Jak pokazują powyższe przykłady, mowa znarratywizowana jest zazwyczaj stosowana w relacjach reporterskich czy korespondencjach, ponieważ pozwala ona na zwięzłe i treściwe zaprezentowanie omawianej sytuacji, a także werbalne zwrócenie uwagi na jej wizualne aspekty.

3.4 Czasowniki przytoczenia

W wyniku braku wizualnego aspektu komunikacji medialnej w procesie przytaczania cudzych wypowiedzi w formie bezpośredniej lub pośredniej niezbędne są formuły metatekstowe, które organizują teksty medialne treściowo i formalnie.

Poniżej wskazano czasowniki przytaczania występujące w badanych serwisach informacyjnych. Tradycyjny podział czasowników wprowadzających zdania intensjonalne, czyli takie, które budują zdania dopełnieniowe, zawiera:

- czasowniki mówienia (*verba dicendi*), np. *powiedzieć*.
- czasowniki mentalne w węższym sensie, czyli takie, które obejmują nazwy myślenia i sądu – np. *sądzić*, *przypuszczać*, *myśleć*, *być pewnym*.
- czasowniki stanowiące nazwę woli, np. *chcieć*, *pragnąć*.
- czasowniki stanowiące nazwy emocji, np. *bać się*, *spodziewać się*, *mieć nadzieję*, *cieszyć się*, *martwić się*, *żałować*.
- czasownik percepcji (*verba sentiendi*) – np. *widzieć*, *słyszeć*.

- czasowniki sprawcze (kazytywa), które nazywają powodowanie pewnego zdarzenia lub stanu rzeczy – np. *sprawić*.
- czasowniki bezmianownikowe, np. *okazać się, zdarzyć się*.²⁶

Z części materiału badawczego wyekscerpowano czasowniki, które stanowią element przytoczenia. Zostały one podzielone na kategorie wyodrębnione w oparciu o ich znaczenie oraz stosunek cytowanego do prezentowanych treści. Niektóre z grup mogą pokrywać się z tradycyjnym podziałem czasowników.

- *verba dicendi sensu stricto*

DODAC – ‘powiedzieć coś dodatkowo, aby uzupełnić wcześniejszą wypowiedź’ (WSJP)

77. Marzena Wyczółkowska (reporterka): Prokurator Krajowy **dodał**, że jeszcze niejedyn akt oskarżenia w sprawie afery Get Back zostanie skierowany do Sądu. [PR1 26.10.2020 13:00]
78. Romuald Wójcik (prowadzący): Szef Rządu **dodał**, że w takiej sytuacji będą obowiązywały obostrzenia. [PR3 25.06.2020 12:00]
79. Prowadząca: Prezydent Andrzej Duda w swoim przemówieniu podziękował profesorowi za przyjęcie tej nominacji. **Dodał**, że KNF jest instytucją, która ma ogromne znaczenie dla bezpieczeństwa kapitałowego, finansowego i gospodarki państwa. [RM 24.01.2020 14:00]
80. Przemysław Lis [prowadzący]: Wiceminister zdrowia wyjaśnił, że nowe ogniska koronawirusa nie są duże, da się je kontrolować i nie stanowią istotnego zagrożenia. **Dodał**, że skala zakażeń, na przykład na weselach, jest niewielka. [RN 22.07.2020 10:00]

W Radiu RMF FM oraz ZET nie odnotowano użycia czasownika *dodać* w funkcji wprowadzenia przytoczenia.

POWIEDZIEĆ – ‘używane do zakomunikowania, że określony tekst lub teksty autorstwa określonej osoby zawierają treść, która zostaje przytoczona lub scharakteryzowana w dalszej części zdania’ (WSJP)

81. Izabela Kuczyńska (prowadzący): Polityk Prawa i Sprawiedliwości **powiedział** w Polsat News, że okrągły stół to gra polityczna. [PR1 7.01.2020 11:00]
82. Sylwia Białek (reporter): Pytany [Michał Wójcik, wiceminister sprawiedliwości] o możliwość wycofania się z części zapisów **powiedział**, że trudno w połowie reformy wywieszać białą flagę. [PR3 13.02.2020 17:00]

²⁶ R. Grzegorzczkowska, *Wykłady z polskiej składni*, Warszawa 1998, s. 108.

83. Marcin Buczek (prowadzący): Jak przed chwilą **powiedział mi** wójt Marchlowic, do przygotowania jest jeszcze około tysiąca pięciuset pakietów wyborczych i wszystkie mają być dostarczone najpóźniej do jutra. [RMF 25.06.2020 10:00]
84. Przemysław Taranek (reporter): Marta Kaczyńska, rzeczniczka częstochowskiej Policji **powiedziała mi**, że ta wersja jest sprawdzana przez Policjantów. [ZET 3.07.2020 12:00]
85. Prowadząca: Szef Komitetu Wykonawczego PiS-u **powiedział**, że wniosek w sprawie wypowiedzenia konwencji stambulskiej będzie analizowany w ramach obozu rządzącego. [RM 27.07.2020 10:00]
86. Katarzyna Słowińska (prowadząca): Na wspólnej konferencji prasowej z ministrem edukacji Dariuszem Piątkowskim minister cyfryzacji **powiedział**, że drogą elektroniczną można załatwić prawie wszystkie sprawy urzędowe. [RN 13.03.2020 16:00]

Czasownik *powiedzieć* ma największą frekwencję w radiu publicznym oraz w Radiu Niepokalanów. W radiu RMF FM oraz ZET często towarzyszy mu zaimek *mi*, podkreślający wyłączność informacji przekazywanej przez reportera.

- **czasowniki wyrażające opinię**

KTOŚ/COŚ ZWRACA UWAGĘ na COŚ/KOGOŚ – ‘ktoś uznaje, że dana osoba lub rzecz jest ważna i warta zainteresowania’ (WSJP)

87. Katarzyna Senyk (prowadząca): **Zwracają uwagę** [niezależnie białoruskie media], że demonstranci zachowywali się pokojowo. [PR1 24.08.2020 9:00]
88. Maciej Jastrzębski (korespondent): Dziennik **zwraca uwagę**, że rosyjskie koncerny sprzedają surowce energetyczne za dolary, a z budżetem państwa rozliczają się w rublach. [PR 31.07.2020 12:00]
89. Prowadząca: Główny autor badania, profesor Joseph Larson z University of Southern California **zwraca uwagę** na łamach *Frontiers in Public Health*, że wczesne rozpoznanie covid-19 może mieć kluczowe znaczenie dla skuteczności leczenia tej choroby i zapobieganiu jej powikłań. [RM 18.08.2020 12:00]
90. Włodzimierz Pac (korespondent): Aleksander Łukaszenka **zwrócił uwagę**, że nie zważając na to, że ludzie nadal umierają z powodu koronawirusa, Europa zaczęła się otwierać. [RN 21.04.2020 13:00]

OCENIĆ – ‘wyrazić konkretny pogląd, wynikający z analizy informacji dotyczących danej kwestii’ (WSJP)

91. Sylwia Białek (reporterka): Komisja Nadzoru Finansowego **oceniła**, że jest to potrzebna i cenna inicjatywa. [PR1 12.03.2020 10:00]
92. Patryk Michalski (reporter): Tomasz Grodzki, porównując polskie rozwiązania do innych państw, między innymi do Niemiec, dość krytycznie **ocenia** skalę zmian.
Tomasz Grodzki: Te propozycje rządu w pierwotnej wersji należy ocenić jako bardzo skromne. [RMF 27.03.2020 18:00]
93. Michał Adamiuk (prowadzący): Mimo że to Rafał Trzaskowski musi odrabiać stratę, to w gorszej sytuacji jest Andrzej Duda – **ocenia** ekspert od marketingu politycznego doktor Mirosław Oczkoś. [ZET 29.06.2020 10:00]
94. Prowadząca: Minister zdrowia profesor Łukasz Szumowski w Polskim Radiu **ocenił**, że obecna sytuacji epidemiczna to efekt rozluźnienia reżimów sanitarnych oraz dużych ognisk w kopalniach i zakładach produkcyjnych oraz paru ognisk z imprez rodzinnych. [RM 3.08.2020 10:00]
95. Krzysztof Kaczmarczyk (prowadzący): Rosyjski prezydent zastrzegł, że na temat proponowanych poprawek będą musieli wypowiedzieć się obywatele. Rosja, jak **ocenił**, powinna być silną republiką prezydencką. [RN 15.01.2020 13:00]

Czasownik *oceniać* występuje jako składnik mowy zależnej i pozornie zależnej. Odgrywa on również rolę zapowiadającą wypowiedź, która ma nastąpić, wskazuje na jej charakter (przykład z RMF FM).

PODKREŚLIĆ – ‘kłaść szczególny nacisk na jakiś fragment wypowiedzi’ (WSJP)

96. Mariusz Pleśniewski (reporter): Minister [Jadwiga Emilewicz] **podkreśliła**, że za wynagrodzenie pracodawca zapłaci tylko połowę. [PR1 27.03.2020 14:00]
97. Sylwia Białek (reporterka): Michał Wójcik **podkreślał**, że we wniosku komisji nie znalazła się żadna informacja dotycząca tego, że w związku z prowadzonymi regulacjami Polsce grożą wielomilionowe kary. Sylwia Białek. Polskie Radio. PR3 13.02.2020 17:00]
98. Katarzyna Staszko (prowadząca): Wojtku, czy są jakieś decyzje związane z Euro?
Wojciech Rymarczyk (reporter): Na razie nie. W wydanym komunikacie UEFA **podkreśla**, że we wtorek odbędzie się wideokonferencja z przedstawicielami wszystkich federacji i po niej zapadnie decyzja dotycząca Mistrzostw Europy. [RMF 13.03.2020 12:00]
99. Prowadząca: W orędziu na ten dzień Ojciec Święty Franciszek **podkreśla**, że powinniśmy oddychać prawdą dobrych historii, takich, które budują, a nie niszczą. [RM 24.01.2020 14:00]
100. Przemysław Lis (prowadzący): Szczególnie w sezonie wakacyjnym posiadacze karty mogą zainteresować zniżki w ośrodkach wypoczynkowych, parkach rozrywki, pływalniach, kinach

czy muzeach – **podkreśla** wiceminister rodziny, pracy i polityki społecznej Barbara Socha.
[RN 22.07.2020 10:00]

PODTRZYMYWAĆ – ‘nie anulować ani nie unieważniać czegoś, co się zrobiło lub powiedziało, uważając to w dalszym ciągu za słuszne lub prawidłowe’ (WSJP)

101.Prowadząca: Władze ArcelorMittal **podtrzymują**, że spółka chce ponownie uruchomić krakowską instalację jak tylko powróci koniunktura i będzie opłacalna produkcja w tej hucie.
[RM 16.01.2020 14:00]

PRZEKONYWAĆ – ‘powodować, że jakaś osoba zmienia opinię o kimś lub o czymś’ (WSJP)

102.Tomasz Sajewicz (korespondent): Chińskie władze walczą z określeniem „chiński wirus”, a nawet „wirus z Wuhan”, **przekonując**, że fakt wykrycia go w Wuhan nie oznacza, że patogen pochodzi z Chin. Tomasz Sajewicz. Polskie Radio. Pekin. [PR1 27.03.2020 13:00]

103.Artur Ewertowski (prowadzący): Nasze pamiątki stanowią olbrzymią wartość historyczną – **przekonuje** pomysłodawca Digi-punktu Maciej Piwowarczuk, Piwowarczuk. [powtórzenie nazwiska] [PR3 17.01.2020 10:00]

104.Mariusz Piekarski (reporter): Trzaskowski **przekonuje**, że wynik pierwszej tury to dowód, że większość wyborców chce zmiany i dlatego, mimo dużej różnicy, ma szansę wygrać. [RMF 29.06.2020 13:00]

105.Marek Wałkuski (prowadzący): Prezydent Donald Trump, który wcześniej **przekonywał**, że jego rząd odnosi sukcesy w walce z koronawirusem, przyznał wczoraj, że sytuacja się pogarsza. [RN 22.07.2020 10:00]

(S)TWIERDZIĆ – ‘przekazywać jakąś informację lub pogląd z przekonaniem, że są prawdziwe’ (WSJP)

106.Wojciech Cegielski (korespondent): Prezydent Donald Trump **twierdzi** jednak, że sytuacja w kraju jest, tu cytat, „dobra”. Wojciech Cegielski. Polskie Radio. [PR3 8.07.2020 10:00]

107.Paweł Balinowski (reporter): Ta lecznica **twierdzi**, że nie ma miejsc i trzeba było negocjacji ze służbami wojewody, by zgodziła się przyjąć pacjentów, ale tylko niektórych. [RMF 16.04.2020 13:00]

108.Anita Kurosat (reporterka): Nawet na medycynie niektóre zajęcia mogą być zdalne – **twierdzi** doktor Michał Balsa z Naczelnej Rady Lekarskiej. [ZET 3.09.2020 16:00]

109.Prowadząca: Nie można traktować posłów jak małek do naciskania przycisków na maszynkach do głosowania – **stwierdził** Zimoch. [RM 18.02.2020 12:00]

110.Prowadzący: Tymczasem obrońca jednego z oskarżonych Tomasz Ode **twierdzi**, że zadane czyny nie wypełniają znamion zbrodni przeciwko ludzkości w rozumieniu prawa międzynarodowego. [RN 15.01.2020 13:00]

UWAŻAĆ – ‘być gotowym powiedzieć na określony temat to, co zawarte jest w następującym zdaniu podrzędnym’ (WSJP)

111.Maria Furdyna (prowadząca): Uchwała trzech izb Sądu Najwyższego może zagrażać porządkowi prawnemu w Polsce – **uważa** Premier Mateusz Morawiecki. [PR1 24.01.2020 17:00]

112.Prowadzący: To Trybunał Konstytucyjny powinien rozstrzygnąć spór wokół nowej Krajowej Rady Sądownictwa – **uważa** wiceminister sprawiedliwości Sebastian Kaleta. [PR3 24.01.2020 17:00]

113.Katarzyna Staszko (prowadząca): Jest zbyt daleko idąca i niesprawiedliwa – **uważa** senator Marek Pęk. [o opinii Komisji Weneckiej w sprawie ustawy dyscyplinującej sędziów] [RMF 16.01.2020 13:00]

114.Aleksandra Ratusznik (prowadząca): Handel w niedzielę powinien wrócić – **uważa** Ryszard Petru. [ZET 19.03.2020 12:00]

115.Piotr Brzezina (prowadzący): Wczoraj Paryż podkreślił jednak, że Macron nie stawia na Rosję. **Uważa** jedynie, że konieczne jest przedyskutowanie trudnych tematów z Moskwą. [RM 25.06.2020 10:00]

116.Małgorzata Miszczak (prowadząca): Tamtejsza narodowa komisja zdrowia **uważa**, że Chiny znalazły się już poza szczytowym momentem zachorowań. [RN 12.03.2020 13:00]

Czasownik *uważać* jest stosowany zarówno w mowie zależnej, w której zapowiada cytowany tekst w zdaniu podrzędnym, jak i w mowie pozornie zależnej, w której przytaczana wypowiedź pojawia się na początku zdania.

ZAUWAŻYĆ – ‘powiedzieć coś, aby uświadomić coś komuś’ (WSJP)

117.Artur Ewertowski (prowadzący): Jak **zauważył** w rozmowie z Polskim Radiem historyk *Memoriału* Nikita Pietrow, tego typu działania mają na celu zatuszowanie sowieckich zbrodni i przedstawienie Związku Radzieckiego w jak najlepszym świetle. [PR3 16.09.2020 10:00]

118.Prowadząca: Socjolog profesor Arkadiusz Jabłoński **zauważa**, że Borys Budka nie ma wyobraźni i działa jak typowy administrator. Ekspert nie spodziewa się jednak, że dojdzie do jego dymisji. [RM 18.08.2020 12:00]

119.Wojciech Kusiak (prowadzący): Arcybiskup Stanisław Gądecki **zauważył**, że zmaganiom z epidemią koronawirusa w Polsce towarzyszy zmaganie z suszą. [RN 21.04.2020 13:00]

ZAZNACZYĆ – ‘podkreślić w wypowiedzi’ (WSJP)

- 120.Katarzyna Senyk (prowadząca): Minister Dworczyk **zaznaczył**, że na spotkaniu zostaną omówione także te działania, o których nie mówi się w mediach. [PR1 24.08.2020 9:00]
- 121.Romuald Wójcik (prowadzący): Obostrzenia mogą się pojawić, ale podobnej sytuacji do marca i kwietnia nie będzie – **zaznacza** szef Rządu. [PR3 25.06.2020 10:00]
- 122.Ewa Kwaśny (prowadząca): Głównym powodem odwołania są aktualne ograniczenia w ruchu międzynarodowym i brak pewności, co do możliwości dotarcia do bazy pod K2 – tak **zaznaczają** przedstawiciele PHZ [Polski Himalaizm Zimowy]. [RMF 24.06.2020 13:00]
- 123.Zuzanna Dąbrowska (reporterka): Stołeczny Ratusz **zaznacza**, że podobnie jak w innych miastach w Warszawie do rzeki trafiły wody opadowe. [RM 24.06.2020 10:00]
- 124.Przemysław Lis (prowadzący): **Zaznaczył** [Zbigniew Ziobro] też, że kierowany przez niego resort ma już przygotowane projekty ustaw dotyczące innych spraw. [RN 22.07.2020 10:00]

- **czasowniki wskazujące na informacyjny charakter przytaczanej wypowiedzi**

INFORMOWAĆ – ‘pisząc lub mówiąc powodować, że ktoś zaczyna o czymś wiedzieć’ (WSJP)

- 125.Tomasz Marciniuk (prowadzący): W trakcie trwającej w Sejmie debaty nad pakietem antykryzysowym wiceminister zdrowia Janusz Cieszyński **poinformował**, że do systemu opieki zdrowotnej zostaną włączeni lekarze stażyści i więcej pielęgniarek. [PR1 27.03.2020 16:00]
- 126.Romuald Wójcik (prowadzący): Bez specjalnych konsultacji i wbrew zakazowi rosyjskie linie „Aeroflot” wykonują zagraniczne rejsy – **informuje** dziennik *Wiedomosti*. [PR3 25.06.2020 10:00]
- 127.Katarzyna Staszko (prowadząca): Tymczasem resort zdrowia **poinformował**, że kończą się prace nad dopuszczeniem do użytkowania nowych, szybkich testów na koronawirusa. [RMF 21.04.2020 12:00]
- 128.Paula Michalik (prowadząca): Jak **informuje** Krajowa Administracja Skarbowa, kontakt z fiskusem będzie możliwy przez telefon lub Internet. [ZET 13.03.2020 13:00]
- 129.Prowadzący: Jak **informuje** Reuters, Wietnam ponownie znalazł się w stanie alertu, gdy władze potwierdziły w sobotę pierwsze pozaszpitalne infekcje od kwietnia i kolejne trzy przypadki SARS-CoV-2 w niedzielę.[RM 27.07.2020 10:00]

130.Małgorzata Miszczak (prowadząca): Głosowania w drugiej turze wyborów prezydenckich rozpoczęły się w całym kraju o siódmej – **informuje** PKW [Polska Komicja Wyborcza]. [RN 12.07.2020 12:00]

PODAĆ – ‘przedstawić określoną treść lub informację’ (WSJP)

131.Maria Furdyna (prowadząca): Jak **podał** dziennik „Wiadomości”, na pomoc finansową dla przedsiębiorców władze Rosji przeznaczą osiemdziesiąt miliardów rubli. [PR1 16.04.2020 13:00]

132.Artur Ewertowski (prowadzący): Poza tym, jak podała prokuratura, wszystko w śledztwie zostało już zrobione. [PR3 16.09.2020 10:00]

133.Prowadzący: Lista mówców na jerozolimskich uroczystościach rocznicy wyzwolenia Auschwitz jest zamknięta. Wystąpią tylko przedstawiciele Ameryki, Rosji, Francji, Wielkiej Brytanii i Niemiec. Te informacje **podają** dziennikarze izraelskiego dziennika *Jerusalem Post*. [RMF 7.01.2020 11:00]

134.Piotr Brzezina (prowadzący): Dziś resort zdrowia **podał**, że badania laboratoryjne potwierdziły zakażenie koronawirusem u kolejnych trzynastu tysięcy sześciuset dwudziestu ośmiu osób. Zmarło stu siedemdziesięciu dziewięciu ludzi. [RM 24.10.2020 12:00]

135.Maciej Jastrzębski (korespondent): Radio *Echo Moskwy*, powołując się na wypowiedź premiera Włoch Giuseppe Contiego, **podalo**, że Władimir Putin miał obiecać powołanie komisji, która wyjaśni sytuację wokół Aleksieja Nawalnego. [RN 10.09.2020 14:00]

POTWIERDZAĆ – ‘poświadczać lub wykazywać prawdziwość czegoś’ WSJP

136.Tomasz Sajewicz (reporter): Amerykańska armia **potwierdziła**, że w jej dwóch bazach na Okinawie wykryto ogniska koronawirusa. [PR1 12.07.2020 12:00]

137.Prowadząca: **Potwierdził** też, że proponowana rejestracja wesel będzie polegać na dostarczaniu listy gości. [RM 27.07.2020 10:00]

PRZEKAZAĆ – ‘podać komuś jakąś informację’ (WSJP)

138.Ewa Bialik (rozmówczyni): W kasacji podniesiono, że nie można się zgodzić ze stanowiskiem sądu drugiej instancji jakoby groźby kierowane przez Hansa G. nie dotyczyły pokrzywdzonej i nie bała się ona kierowanych przez niego groźb.

Dawid Grygorcewicz (prowadzący): **Przekazała** rzecznik Prokuratury Krajowej Prokurator Ewa Bialik. [PR3 26.10.2020 13:00]

139.Prowadząca: W tych województwach podatnicy mogą dokonać rezerwacji wizyty na trzy sposoby – **przekazuje** rzecznik Krajowej Administracji Skarbowej Anita Wielanek. [RMF 26.10.2020 12:00]

140.Małgorzata Miszczak (prowadząca): Dwa tysiące dwieście dwadzieścia pięć z nich było zakażonych – **przekazało** ministerstwo zdrowia. [RN 24.10.2020 13:00]

USTALIC – książk. ‘stwierdzić istnienie pewnego stanu rzeczy po uprzednim zbadaniu’ (WSJP)

141.Ewa Kwaśny (prowadząca): Andrzej Duda nie spotka się z przedstawicielami Ogólnopolskiego Związku Zawodowego Lekarzy przed pierwszą turą wyborów prezydenckich – **ustalił** nasz dziennikarz. [RMF 24.06.2020 13:00]

142.Lucyna Płużyczka (prowadząca): Reporter Radia ZET **ustalił**, że na budowie zapalił się styropian. Trwa już dogaszanie ognia. [ZET 30.07.2020 10:00]

143.Prowadzący: **Ustalono**, w jakiej kolejności pojawiają się objawy choroby covid-19. Najpierw gorączka, kaszel i bóle mięśni, następnie nudności, wymioty i biegunka. [RM 18.08.2020 12:00]

WSKAZAĆ – ‘zwrócić uwagę na coś’ (SJP PWN)

144.Mateusz Pleśniewski (reporter): Szczegóły rozwiązań prezentowała minister rozwoju Jadwiga Emilewicz. **Wskazała** między innymi na wsparcie wynagrodzeń pracowników w firmach, które nie mogą pracować. [PR1 27.03.2020 14:00]

145.Marek Wałkuski (korespondent): Mówiąc o współpracy w sektorze energetycznym, Prezydent Donald Trump **wskazał** na kontrakty na zachód przez Polskę amerykańskiego gazu LNG oraz plany stworzenia infrastruktury energetycznej w ramach inicjatywy Trójmorza. [PR3 25.06.2020 10:00]

146.Zuzanna Dąbrowska (reporterka): Sejmowa Komisja rekomenduje przyjęcie ustawy z poprawkami – **wskazał** w Sejmie szef Komisji Zdrowia poseł PiS Tomasz Latos. [RM 22.10.2020 10:00]

147.Beata Płomecka (korespondentka): Piotr Muller **wskazał** na wspólne interesy naszych krajów, takie jak unijna polityka rolna. [RN 10.09.2020 14:00]

ZASTRZEGAĆ – ‘zapowiadać z góry jakieś ograniczenie’ (WSJP)

148.Tomasz Marciuniuk (prowadzący): W Sejmie trwa przerwa w obradach. Marszałek Elżbieta Witek zarządziła ją do godziny dwudziestej pierwszej, ale **zastrzegła**, że może ulec wydłużeniu. [PR1 27.03.2020 17:00]

149.Anna Józefowicz (reporterka): Nie znaczy to, że lekarze rodziny zajmą się teraz leczeniem koronawirusa – **zastrzega** minister zdrowia Adam Niedzielski. [ZET 3.09.2020 16:00]

150.Prowadzący: Rosyjski prezydent **zastrzegł**, że na temat proponowanych poprawek będą musieli wypowiedzieć się obywatele. [RN 15.01.2020 13:00]

- **czasowniki podkreślające pewność cytowanego względem prawdziwości przekazywanej informacji**

(NIE) MIEĆ WĄTPLIWOŚĆ(CI) – ‘brak pewności, czy coś jest prawdziwe, możliwe lub odpowiednie’ (WSJP)

151.Piotr Brzezina (prowadzący): Wiceminister zdrowia Waldemar Kraska, który o założeniach tej inicjatywy mówił w telewizji Trwam, **nie ma wątpliwości**, że na Funduszu skorzysta cały system opieki zdrowotnej w Polsce, ale przede wszystkim pacjenci. [RM 25.06.2020 10:00]

OBIEC(YW)AĆ – ‘mówić/powiedzieć do kogoś, że w przyszłości wykona się wskazaną czynność’ (WSJP)

152.Olaf Ważyński (prowadzący): Kandydat Koalicji Polskiej Władysław Kosianiak-Kamysz w wielkopolskiej Słupce **obiecował** zmniejszenie biurokracji i obciążeń dla przedsiębiorców. [PR1 25.06.2020 12:00]

153.Piotr Orłowski (reporter): Elon Mask **obiecuje**, że nowa sieć będzie dużo szybsza niż dostępne obecnie połączenia szerokopasmowe. [PR3 24.06.2020 10:00]

154.Katarzyna Staszko (prowadząca): Minister Cyfryzacji **obiecuje** i minimum formalności, i szybkie wypłaty pieniędzy. [RMF 27.03.2020 17:00]

155.Sebastian Misiuk (prowadzący): Na Wszystkich Świętych będą dodatkowe wagony i pociągi – **obiecuje** PKP. [ZET 10.2020 13:00]

156.Maciej Jastrzębski (korespondent): Radio „Echo Moskwy”, powołując się na wypowiedź premiera Włoch Giuseppe Contiego, podało, że Władimir Putin miał **obiecować** powołanie komisji, która wyjaśni sytuację wokół Aleksieja Nawalnego. [RN 10.09.2020 14:00]

(ZA)DEKLAROWAĆ – książk. ‘publicznie zapewnić o swoim uczuciu, postawie lub poglądach’ (WSJP)

157.Olaf Ważyński (prowadzący): Most powietrzny z Chinami tak długo jak będzie potrzebne - **zadeklarował** to szef kancelarii Premiera. [PR1 27.03.2020 13:00]

158.Lucyna Płużyczka (prowadząca): **Zadeklarował** [Rafał Trzaskowski], że będzie walczył o pieniądze dla lokalnych władz na zrekompensowanie wydatków poniesionych na walkę z pandemią. [ZET 30.07.2020 10:00]

159.Zuzanna Dąbrowska (reporterka): Trump **zadeklarował**, że zrobi wszystko, aby Iran nie wszedł w posiadanie broni atomowej. [RM 9.01.2020 10:00]

160.Adam Dąbrowski (korespondent): My nazywamy to wprost: To ideologia, rodzaj poststalinowskiego rewizjonizmu. Dla nas ważne jest to, że historyczne kłamstwo szerzy się po świecie. Nie możemy tego zaakceptować – **deklaruje** Andrzej Duda i tłumaczy, że jego nieobecność na obchodach rocznicy Holocaustu w Yad Vashem również wpisuje się w jego sprzeciwie wobec retoryki Moskwy. [RN 22.01.2020 14:00]

ZAPEWNIAC – ‘mówić komuś, że coś bez wątpienia istnieje lub nastąpi’ (WSJP)

161.Adam Dąbrowski (reporter): Izolacji, która jak **zapewnia** Boris Johnson, nie przeszkadza mu w koordynowaniu działania państwa. [PR1 27.03.2020 14:00]

162.Romuald Wójcik (prowadzący): Całkowitego zamknięcia gospodarki już nie będzie – **zapewnia** szef Rządu. [PR3 25.06.2020 10:00]

163.Ewa Kwaśny (prowadząca): Pierwszego września uczniowie wrócą do szkół, a studenci pierwszego października na uczelnie – **zapewnia** Premier Morawiecki. [RMF 25.06.2020 12:00]

164.Anita Kurosat (prowadząca): Dawid Podsiadło przekłada wszystkie zaplanowane na marzec i kwiecień koncerty. Artysta **zapewnia**, że te koncerty odbędą się jesienią w tych samych miejscach, a bilety zachowają swoją ważność. [ZET 13.03.2020 12:00]

165.Prowadząca: Procedury są na tyle elastyczne, że pozwalają dyrektorowi w poro..., w porozumieniu między innymi z państwowym inspektorem sanitarnym dopasować je do sytuacji danek placówki - **zapewnił** minister Piątkowski. [RM 18.08.2020 17:00]

166.Przemysław Lis (prowadzący): Udaje nam się te sytuacje mieć pod kontrolą – **zapewniał** polityk. [RN 22.07.2020 10:00]

- **czasowniki wskazujące na możliwość spełnienia się informacji, o której mowa, ale bez pełnej pewności jej spełnienia**

PROGNOZOWAC – ‘przewidywać jakiś rozwój wydarzeń na podstawie znanych faktów’ (WSJP)

167.Tomasz Marciniuk (prowadzący): Włoscy eksperci **prognozują**, że szczyt zachorowań w ich kraju jest bliski. [PR1 27.03.2020 16:00]

168.Michał Dobrołowicz (reporter): Najcieplej będzie na południu kraju, najchłodniej nad morzem – **prognozuje** synoptyk IMGW Grzegorz Walijewski. [RMF 11.09.2020 10:00]

169.Wojciech Kusiak (prowadzący): Synoptycy **prognozują**, że niedobory opadów będą występować co najmniej do czerwca. Będzie im towarzyszyć wyższa niż o tej porze roku temperatura. [RN 21.04.2020 13:00]

Czasownik *prognozować* dotyczy przede wszystkim newsów związanych z pogodą, ale również stosowany jest przy wydarzeniach, których przebieg jest bardzo niepewny, jak przy temacie pandemii.

PRZEWIDYWAĆ – ‘kierując się wiedzą lub doświadczeniem, domyślać się, że coś się wydarzy lub jaki będzie miało przebieg’ (WSJP)

170.Prowadząca: Ministerstwo **przewiduje** też, że w strefach czerwonej i żółtej mogą być dodatkowe ograniczenia w sposobie funkcjonowania placówek oświatowych. [RM 18.08.2020 17:00]

171.Piotr Paszkowski (prowadzący): Komisja Europejska proponuje państwom członkowskim koordynację działań w sprawie testów na Covid-19. **Przewiduje**, że pierwszych dostaw szczepionek na koronawirusa można się spodziewać w kwietniu. [RN 28.10.2020 17:00]

ZAPOWIEDZIEĆ – ‘poinformować odpowiednio wcześniej o tym, co ma nastąpić’ (WSJP)

172.Michał Koźlik (prowadzący): Minister zdrowia Łukasz Szumowski **zapowiedział**, że jeszcze dziś złoży rezygnację ze swojej funkcji. [PR1 18.08.2020 16:00]

173.Michał Przerwa (prowadzący): Minister rolnictwa Jan Krzysztof Aldanowski **zapowiedział**, że w ciągu kilku najbliższych dni powoła pełnomocnika do spraw zwierząt. [PR3 24.06.2020 13:00]

174.Tomasz Staniszewski (prowadzący): Jak **zapowiedział** przed chwilą Prokurator Krajowy Bogdan Świączkowski, to jest pierwszy z kilku aktów oskarżenia w tej sprawie. [RMF 26.10.2020 13:00]

175.Paweł Nadrowski (prowadzący): Orlen **zapowiedział** kilka dni temu, że będzie maksymalnie obniżać ceny paliw i reszta musi się do tego dostosować, żeby nie stracić klientów. [ZET 19.03.2020 12:00]

176.Piotr Brzezina (prowadzący): Szef Agencji Wywiadu **zapowiedział**, że Stany obciążą kosztami wszelkie obce kraje, które ingerują w proces wyborczy. [RM 22.10.2020 10:00]

177.Małgorzata Miszczak (prowadząca): Natomiast na lotniskach wszyscy pasażerowie przylatujący do Polski będą objęci pełną procedurą sanitarną. **Zapowiedział** to szef Kancelarii Premiera Michał Dworczyk po posiedzeniu sztabu kryzysowego. [RN 12.03.2020 13:00]

Czasownikowi *zapowiedzieć* często towarzyszy okolicznik czasu, którego użycia jest zasadne w wyniku dążności do precyzji i wiarygodności dziennikarskiego przekazu (potwierdza to przykład z Programu Pierwszego Polskiego Radia). Okolicznik czasu pełni również funkcję autopromocyjną. Użycie w wypowiedzi dziennikarskiej w radiu RMF FM wyrażenie

przyimkowego *przed chwilą* ma podkreślić szybkość i aktualność informacji przekazywanej na antenie tego radia.

- **czasowniki pokazujące stan emocjonalny cytowanego**

ALARMOWAĆ – ‘zwracając uwagę na jakies niebezpieczne lub tylko negatywnie oceniane zjawisko, zachęcić ludzi do podjęcia działań, które mają mu zapobiec’ (WSJP)

178.Artur Ewertowski (prowadzący): Francuzi w depresji spowodowanej pandemią koronawirusa.

Psychiatrzy nad Sekwaną **alarmują**, że strach i izolacja wywołały poważne problemy psychiczne. [PR3 29.06.2020 10:00]

179.Katarzyna Staszko (prowadząca): Dwieście pięćdziesiąt jeden poprawek zgłosili posłowie

w drugim czytaniu rządowej tarczy antykryzysowej. To ona ma ratować gospodarkę przed skutkami pandemii, a pośrednicy pracy **alarmują**: rząd zapomina o tysiącach pracowników tymczasowych. [RMF 27.03.2020 17:00]

(PO)DZIĘKOWAĆ – ‘wyrazić wdzięczność za coś’ WSJP

180.Piotr Brzezina (prowadzący): Prezydent Andrzej Duda w swoim przemówieniu **podziękował** profesorowi za przyjęcie tej nominacji. [RM 24.01.2020 14:00]

181.Piotr Brzezina (prowadzący): W słowie skierowanym do ludzi mediów metropolita poznański **podziękował** dziennikarzom za dotychczasową pracę. Ksiądz arcybiskup także życzy siły w ciągłym poszukiwaniu prawdy. [RM 24.01.2020 14:00]

182.Małgorzata Miszczak (prowadząca): Prezydent Andrzej Duda **dziękował** za zaproszenie do Białego Domu. [RN 25.06.2020 10:00]

PRZYZNAĆ – ‘uznać czyjąś rację lub zgodzić się z czymś’; ‘stwierdzić coś po pewnym namyśle, czasem niechętnie’ (SJP PWN)

183.Izabel Kuczyńska (prowadząca): Hospicjum w Chojnicach, w którym wczoraj doszło do tragicznego w skutkach pożaru, nie miało systemu ostrzegającego przed ogniem – **przyznała** to prezes Fundacji „Palium”, która prowadzi placówkę, Barbara Bonna. [PR1 7.01.2020 11:00]

184.Ewa Kwaśny (prowadząca): Spodziewam się drugiej fali epidemii koronawirusa we wrześniu lub w październiku – **przyznaje** w rozmowie z RMF FM Prezes Polskiego Towarzystwa Wakcynologii, czyli nauki o szczepieniach, profesor Ernest Kuchar. [RMF 29.06.2020 13:00]

185.Sławek Mierzejewski (prowadzący): Novak Djoković w końcu **przyznaje**, że koronawirusa nie docenił. Zakażony jest nie tylko on, ale i jego żona. [ZET 24.06.2020 13:00]

186.Marek Wałkuski (korespondent): Prezydent Donald Trump, który wcześniej przekonywał, że jego rząd odnosi sukcesy w walce z koronawirusem, **przyznał** wczoraj, że sytuacja się pogarsza. [RN 22.07.2020 10:00]

Kolejna grupa przykładów obejmuje frazę: *wyrazić + nazwa uczucia*. Aby oddać znaczenie poszczególnych elementów, przytaczam najpierw definicję słownikową czasownika *wyrazić*, a następnie wyjaśnienie łączących się z nim rzeczowników abstrakcyjnych.

WYRAŻAĆ/WYRAZIĆ – ‘uzewnętrznić (uzewnętrzniać), okazać (okazywać) swoje uczucia, odczucia gestami, zachowaniem’ (USJP)

(WYRAZIĆ) NADZIEJĘ – ‘oczekiwanie, że w przyszłości spełnią się czyjeś życzenia’ (WSJP)

187.Tomasz Sajewicz (korespondent): Prezydent Xi Jinping **wyrazić** miał zaś **nadzieję**, że Stany Zjednoczone podejmą działania zmierzające do naprawy relacji dwustronnych. [PR1 27.03.2020 13:00]

188.Prowadząca: Wiceminister Rozwoju Krzysztof Mazur zaapelował o spokój. Podkreślił, że wielki piec wygaszono na gorąco i czasowo, co oznacza możliwość szybkiego wznowienia jego pracy. **Wyraził nadzieję**, że stanie się to w trzecim lub czwartym kwartale bieżącego roku. [RM 16.01.2020 14:00]

(WYRAZIĆ) RADOŚĆ – ‘uczucie wielkiego zadowolenia’ (SJP PWN)

189.Prowadzący: Prezydent Duda **wyraził radość**, że istnieje możliwość dalszego zwiększania obecności wojskowej w Polsce, ale podkreślił, że Polska opowiada się za pozostawieniem wojsk amerykańskich w Europie. [RN 25.06.2020 10:00]

(WYRAZIĆ) ZADOWOLENIE – ‘przyjemne uczucie zaspokojenia potrzeb i oczekiwań lub doświadczenia czegoś miłego’ (WSJP)

190.Piotr Brzezina (prowadzący): Brukselscy urzędnicy po spotkaniu z Tomaszem Grodzkim podkreślili, że zmiany legislacyjne w Polsce muszą być zgodne z porządkiem prawnym Unii Europejskiej. **Wyrazili też zadowolenie**, że Komisja Wenecka przyjrzy się ustawom. [RM 8.01.2020 17:00]

(WYRAZIĆ) ZDZIWIENIE – ‘stan psychiczny osoby, która widzi, że ktoś lub coś jest inne, niż się spodziewała albo że wydarzyło się coś, czego się nie spodziewała’ (WSJP)

191.Prowadząca: Wczoraj były lider PO Grzegorz Schetyna **wyrażał zdziwienie**, że stanowisko Klubu Koalicji Obywatelskiej w sprawie ustawy nie było dyskutowane na zarządzie i uznał poparcie tej ustawy za duży błąd. [RM 18.08.2020 12:00]

(WYRAZIĆ) ŻAŁ – ‘uczucie smutku z powodu czegoś złego (...)’ (WSJP)

192.Prowadząca: Poseł Koalicji Tomasz Zimoch w mediach **wyraził żal**, że Borys Budka nie przeprosił za tę sytuację. [RM 18.08.2020 12:00]

Fraza *wyrazić* + nazwa stanu emocjonalnego ma bardziej oficjalny charakter niż jednowyrazowe czasowniki utworzone od nazw tychże stanów, np. *zdziwić się, żalić się*. Jest ona stosowana w głównej mierze w serwisach informacyjnych Radia Maryja. Sporadycznie występuje w serwisach Radia Niepokalanów i radia publicznego. Brak takich połączeń w radiu komercyjnym.

ZAAPELOWAĆ – ‘wezwać jakieś osoby do zrobienia czegoś’ WSJP

193.Anna Kowalik-Brenkat (prowadząca): Departament Stanu **zaapelował** też do obywateli USA przebywających w Chinach, by rozważyli wyjazd z tego kraju. [PR3 31.01.2020 10:00]

194.Prowadząca: Minister Zdrowia **zaapelował** też o przestrzeganie przepisów dotyczących dużych spotkań rodzinnych. [RM 3.08.2020 10:00]

195.Małgorzata Miszczak (prowadząca): Szef PKW **zaapelował** do wyborców, by pamiętali o zasadach bezpieczeństwa sanitarnego w czasie głosowania. [RN 12.07.2020 12:00]

- **czasowniki podkreślające oficjalność komunikatu osoby przywoływanej**

OGŁOSIĆ – ‘podać do publicznej wiadomości’ (WSJP)

196.Maria Furdyna (prowadząca): Koronawirus dotarł do większości krajów świata i ma już charakter pandemii – **ogłosiła** Światowa Organizacja Zdrowia. [PR1 12.03.2020 10:00]

197.Anna Kowalik-Brenkat (prowadząca): Światowa Organizacja Zdrowia **ogłosiła**, że rozprzestrzenianie się koronawirusa stanowi zagrożenie o zasięgu międzynarodowym i w związku z tym rząd Stanów Zjednoczonych wezwał Amerykanów, by nie podróżowali do Chin. [PR3 31.01.2020 10:00]

198.Krzysztof Berenda (reporter): Tutaj też Premier zapowiedział nową rzecz. **Ogłosił**, że rząd rozważa pomysł, by w miejscowościach, gdzie zakażeń nie ma lub gdzie jest ich mało, szybciej luzować ograniczenia i otwierać sklepy oraz zakłady kosmetyczne. [RMF 21.04.2020 12:00]

OŚWIADCZYĆ – ‘poinformować oficjalnie’ (WSJP)

199. Artur Ewertowski (prowadzący): Boris Johnson **oświadczył**, że będzie nadal kierował rządem walczącym z epidemią. [PR1 27.03.2020 13:00]
200. Piotr Brzezina (prowadzący): Prezydent został zapytany też o to, czy Amerykanie przerzucą broń nuklearną do Polski. Andrzej Duda **oświadczył**, że absolutnie nie ma takich planów. [RM 25.06.2020 10:00]

ORZEC – praw. ‘wydać decyzję, postanowienie, wyrok na podstawie obowiązujących przepisów prawnych’ (WSJP)

201. Maria Furdyna (prowadząca): Sąd Najwyższy **orzekł** wczoraj, że sędziowie wskazani przez nową KRS są nieuprawnieni do orzekania. [PR1 24.01.2020 17:00]
202. Romuald Wójcik (prowadzący): Wnioskiem tym Trybunał zajmie się 25 lutego. Trybunał **orzekł** również, że kompetencje sędziów powołanych przez prezydenta nie mogą być ograniczane. [PR3 29.01.2020 12:00]
203. Małgorzata Miszczak (prowadząca): Tamtejsi lekarze **orzekli**, że polityka próbowano otruć substancją bojową. W Rosji do tej pory nie wszczęto w tej sprawie śledztwa. [RN 10.09.2020 14:00]

UZNAĆ – ‘zacząć myśleć, że coś jest słuszne, prawomocne lub prawdziwe, i zaakceptować to’ (WSJP)

204. Karolina Kozińska (prowadząca): W lipcu Sąd Okręgowy w Gdańsku **uznał**, że mężczyzna jest winny znieważenia pięciu polskich pracowników, ale jednocześnie uniewinnił go od zarzutu kierowania gróźb karalnych wobec jednej z nich. [PR3 26.10.2020 13:00]
205. Krzysztof Berenda (reporter): Senatorowie **uznali**, że niektóre zapisy mogą być sprzeczne z Konstytucją, inne mogą być niejasne, stąd potrzeba wnoszenia poprawek i ponownego skierowania ustawy do komisji, a sprawa jest ważna. [RMF 11.09.2020 10:00]
206. Beata Lubecka (reporterka): W Wielkiej Brytanii na przykład gości jest jeszcze mniej – do trzydziestu, ale Główny Inspektor Sanitarny Jarosław Pinkas **uznał**, że to przesada. [ZET 4.09.2020 9:00]
207. Prowadząca: Wczoraj były lider PO Grzegorz Schetyna wyrażał zdziwienie, że stanowisko Klubu Koalicji Obywatelskiej w sprawie ustawy nie było dyskutowane na zarządzie i **uznał** poparcie tej ustawy za duży błąd. [RM 18.08.2020 12:00]
208. Katarzyna Sowińska (prowadząca): Trzy izby Sądu Najwyższego **uznały** także w uchwale, że obsada sądu powszechnego będzie nienależyta, a orzeczenia mogą być obarczone wadą

prawną, jeżeli w składzie znajduje się osoba wyłoniona przez obecną Krajową Radę Sądownictwa. [RN 24.01.2020 17:00]

Czasownik *uznać* stosuje się w kontekście przytaczania prawomocnych decyzji, a także przytaczania zmiany sposobu myślenia w danym temacie.

- **czasowniki przedstawiające przywoływany przekaz jako objaśnienie**

TLUMACZYĆ – ‘mówiąc lub pisząc, sprawiać, że coś dla kogoś staje się zrozumiałe’
(WSJP)

209.Mariusz Pieśniewski (reporter): Do projektu rządu przekonywała Jadwiga Emilewicz. Potrzebna jest solidarność – **tlumaczył** minister rozwoju. [PR1 27.03.2020 17:00]

210.Grzegorz Berent (rozmówca): Pojawiają się tysiące osób, którym wydano dokumenty wskazujące ich aryjskie pochodzenie bądź też zorganizowanie tzw. bezpiecznych domów na terenie Budapesztu.

Witold Banach (reporter): **Tlumaczy** historyk Grzegorz Berent, który przypomina, że po wkroczeniu Armii Czerwonej do Budapesztu Wallenberg został aresztowany przez Sowietów. [PR3 17.01.2020 10:00]

211.Rafał Łysy (rozmówca): Wystarczy albo napisać mejla na adres sosnowieclaczy@gmail.com, bądź zgłosić się na Facebooku do Sosnowiec łączy. Wystarczy napisać, w jakich godzinach lokal pracuje, jakie są oczywiście numery telefonu do lokalu, no i w kilku zdaniach przedstawić swoją ofertę.

Sebastian Misiuk: **Tlumaczył** Radiu ZET Rafał Łysy z Urzędu Miasta. [ZET 27.10.2020 13:00]

212.Prowadząca: Łukasz Szumowski **tlumaczył** też, że decyzję w sprawie odejścia podjął już w lutym i sygnalizował ją Premierowi oraz Prezesowi PiS-u. [RM 18.08.2020 17:00]

213.Marek Wałkuski (korespondent): Ekonomiści **tlumaczą** ten fakt rosnącą liczbą infekcji i przywracaniem restrykcji w wielu miejscach na południu Stanów Zjednoczonych. [RN 23.07.2020 17:00]

W Radiu ZET czasownikowi *tlumaczyć* towarzyszy dopełnienie dalsze, którym jest nazwa radiostacji. Poprzez taki zabieg autor słów chce podkreślić posiadanie przez Radio ZET pewnych informacji na wyłączność.

WYJAŚNIĆ – ‘mówiąc lub pisząc, spowodować, że coś staje się bardziej zrozumiałe’
(WSJP)

- 214.Prowadzący: Zastępca szefa Kancelarii Prezydenta Paweł Mucha **wyjaśniał** w radiowej Trójce, dlaczego Andrzej Duda zdecydował o spotkaniu Rady Gabinetowej, a nie Rady Bezpieczeństwa Narodowego. [PR1 13.03.2020 14:00]
- 215.Artur Ewertowski (prowadzący): Szef Platformy Obywatelskiej Borys Budka zapowiedział, że będzie prowadził rozmowy o poparciu Rafała Trzaskowskiego w drugiej turze wyborów prezydenckich. Jak **wyjaśniał**, wyborcy pozostałych kandydatów opowiedzieli się za zmianą. [PR3 29.06.2020 13:00]
- 216.Bogdan Zalewski (prowadzący): Państwowa Komisja do spraw pedofilii otrzyma z budżetu środki na swoją działalność, kiedy będzie gotowy jej statut – tak **wyjaśnia** zwłokę w finansowaniu tej komisji Kancelaria Premiera. [RMF 15.09.2020 10:00]
- 217.Mikołaj Kruk (reporter): Tym razem Lewy poprosił o zmianę, bo, jak sam **wyjaśnił**, granie o pół godziny krócej ma znaczenie, gdy gra się co trzy dni i chce się utrzymać wysoką dyspozycję. [ZET 27.10.2020 13:00]
- 218.Prowadząca: I wtedy również będzie można zrobić kontrolę, ile tych osób jest – **wyjaśnił** [minister zdrowia]. [RM 3.08.2020 10:00]
- 219.Katarzyna Sowińska (prowadząca): Premier **wyjaśniał**, że wniosek do Trybunału ma na celu uniknięcie chaosu i sytuacji niebezpiecznej dla porządku prawnego. [RN 24.01.2020 17:00]

3.5 Podsumowanie i wnioski

W niniejszej tabeli zaprezentowano frekwencję użycia prezentowanych czasowników w obrębie poszczególnych, wydzielonych grup. Poniższe zestawienie nie zawiera ilościowego użycia podanych czasowników w całym materiale. Celem tego zestawienia jest wskazanie, który z programów jest najbardziej zróżnicowany leksykalnie w aspekcie czasowników przytoczenia. Liczba podana w nawiasie wskazuje na liczbę wszystkich czasowników w danej grupie.

Tab. nr 13: *Liczba czasowników przytoczenia zawartych w analizowanym materiale w serwisach poszczególnych rozgłośni*

Lp.	Grupa czasowników przytoczenia	PR1	PR3	RMF	ZET	RM	RN
1.	<i>Verba dicendi sensu stricto</i> (2)	2	1	1	1	2	2
2.	Wskazujące na wyrażenie opinii (9)	6	7	5	3	8	7

3.	Wskazujące na informacyjny charakter przytoczenia (5)	3	4	4	2	4	4
4.	Wskazujące na pewność cytowanego do przekazywanej informacji (5)	4	2	2	3	4	3
5.	Wskazujące na brak pewności cytowanego do przekazywanej informacji (3)	2	1	2	1	2	3
6.	Wyrażające stan emocjonalny (9)	3	2	2	2	8	4
7.	Oficjalne (4)	3	3	2	1	2	1
8.	Wskazujące na eksplanacyjną funkcję przytoczenia (2)	2	2	1	2	2	2
Suma:		25	22	19	16	29	26

Źródło: oprac. własne.

Jak pokazują wyniki zestawienia, Radio Maryja stosuje w serwisach najbardziej zróżnicowane czasowniki przytoczenia. Zaraz po nim plasują się: program Radia Niepokalanów, Jedyńki oraz Trójki. Najmniej zróżnicowane leksykalnie są czasowniki przytoczenia w serwisach Radia ZET. Zastosowanie czasowników grupy pierwszej w każdym programie wygląda podobnie. Mają one najbardziej neutralny charakter. Nawiązując do liczebności czasowników z grupy drugiej, należy stwierdzić, że najczęstsze ich zastosowanie charakteryzuje nadawcę publicznego i nadawcę katolickiego – jest to jednocześnie dowód, że w serwisach tych wielokrotnie przytacza się cudze opinie. Odnośnie do czasowników grupy trzeciej rozkład ich zastosowania wygląda podobnie u każdego nadawcy. Kolejne dwie grupy to czasowniki wskazujące na pewność cytowanego wobec przekazywanej informacji lub jej brak - zwracają one uwagę na stosunek mówiącego do przekazywanej treści. Takie czasowniki są charakterystyczne dla mowy znarratywizowanej. Występują one w największej liczbie u nadawcy publicznego i nadawcy katolickiego. Następną grupą to czasowniki wyrażające stan emocjonalny cytowanego, również stanowiące część mowy znarratywizowanej, ponieważ skupiają się na perlokucyjnym aspekcie wypowiedzi. W tym obszarze największe zróżnicowanie zauważa się w programach informacyjnych Radia Maryja. W pozostałych stacjach ich zastosowanie jest na podobnym poziomie. Z kolei, czasowniki z grupy siódmej podkreślają oficjalność informacji zawartej w przytoczeniu. Najliczniej są stosowane przez nadawcę publicznego. Wynika to zapewne z faktu, że serwisy radia publicznego mają formalną formułę. Na podobnym poziomie

utrzymują się czasowniki z ostatniej grupy. Wskazuje ona eksplanacyjną funkcję przytaczanych wypowiedzi, a co za tym idzie całego serwisu informacyjnego, którego celem jest między innymi przedstawienie aktualnych wydarzeń w sposób zrozumiały dla docelowych odbiorców.

Wszystkie powyższe czasowników ma charakter metatekstowy. W zebranych materiale nie odnotowano czasowników nacechowanych potocznie. Różnorodność czasowników przytoczenia zapewnia zróżnicowanie leksykalne informacji radiowych. Ich zastosowanie wynika również z audialnego charakteru przekazów medialnych, w których za pomocą słów trzeba wyrazić to, co czego nie widać. Czasowniki przytoczenia pozwalają zatem na: wskazanie emocji przytaczanego, opisanie jego zachowania oraz stosunku do tego, co mówi. Funkcją czasowników przytaczania w radiowych serwisach informacyjnych jest przywoływanie cudzych słów w mowie zależnej, mowie niezależnej oraz w mowie znarratywizowanej. W analizowanych programach bardzo często w jednym newsie łączone są ze sobą te trzy sposoby przytaczania. Najpierw dziennikarz parafrazuje fragment czyjejś wypowiedzi, następnie pojawia się na antenie jej kolejna część. W takiej sytuacji mowa zależna pełni funkcję zapowiedzi czyichś słów. Zdarzają się także odwrotne zjawiska, w których parafraza dziennikarska pojawia się po autentycznej wypowiedzi – wówczas pełni ona funkcję podpisu, czyli wskazania autorstwa wypowiedzi. Co więcej, mowa zależna pozwala na zachowanie obiektywizmu dziennikarskiego. Nawet jeśli są przywoływane pewne opinie (jednostronne), mowa zależna pomaga nadawcy zdystansować się do cytowanych słów i stworzyć pozór neutralności. Niebezpośrednie przytaczanie najczęściej jest stosowane w radiostacjach katolickich, ale również bardzo często wykorzystywane jest w radiu publicznym. Najrzadziej przytaczanie stosuje się w radiu komercyjnym. Tam newsy bazują głównie na bezpośrednim cytowaniu, które tworzy pozór dialogu, a co za tym idzie naturalności i komunikacji „na żywo”. Niebezpośrednim przytoczeniom zazwyczaj towarzyszy cytat, który pełni funkcję potwierdzenia parafrazy dziennikarza, a także dodatkowo może ją uzupełniać czy rozwijać.

Przytoczenia w radiowych serwisach informacyjnych występują zarówno w wypowiedziach dziennikarza odczytującego newsa, jak i w wypowiedziach reportera lub korespondenta. W informacji pojawiają się częściej w radiu publicznym czy katolickim, w których rzadziej występują relacje reporterskie czy autentyczne wypowiedzi rozmówców. Używane są także w korespondencjach. W radiu komercyjnym można je odnaleźć przede wszystkim w wypowiedziach reporterskich, ponieważ przytoczenia pomagają stworzyć zwarte i oglądowe przedstawienie sytuacji omawianej w newsie.

Analiza przytoczeń w radiowych serwisach informacyjnych potwierdza stwierdzenie M. Grzelki i A. Kuli, iż „przytoczenie i gatunek wzajemnie się warunkują, wyznaczając określone możliwości rozpoznania sytuacji komunikacyjnej i skutecznego odbioru.”²⁷ Przytoczenia są częstym i zasadnym zjawiskiem w radiowych serwisach informacyjnych, ponieważ pozwalają na treściwe prezentowanie faktów, wskazywanie autora cytowanych słów oraz ich źródła, ukazywanie różnych perspektyw omawianych wiadomości, a także dystansowanie się nadawcy do cudzych słów.

²⁷ M. Grzelka, A. Kula, *Przytoczenie w przekazie medialnym*, op. cit., s. 84.

4. Rama tekstu

Wśród metod wykorzystywanych w mediolingwistyce ważne miejsce zajmuje genologia medialna. Pokazanie radiowych serwisów informacyjnych w perspektywie genologicznej rozpocznę od opisanie sygnałów gatunkowych, do których należą wybrane składniki struktury. Sygnały gatunkowe to „zewnątrzne cechy wypowiedzi, które pozwalają wstępnie i hipotetycznie dookreślić reprezentowany przez nią gatunek.”¹

Ponieważ radio to medium towarzyszące i odbiorca często nie uświadamia sobie, jakiej audycji słucha, nadawcy starają się poprzez odpowiednie wyznaczniki delimitacyjne wyróżnić serwis na tle całodobowej oferty programowej. Celowi temu służy rama tekstu, którą definiuję jako wstępne i końcowe składniki tekstu, zdominowane przez funkcję fatyczną oraz odniesienia metatekstowe.² Rama tekstu jest określeniem metaforycznym, a do opisów językoznawczych została przeniesiona z badań historyków sztuki, opisujących dzieła malarskie.³

Wyznaczniki delimitacji tekstu przybierają wieloraką postać w różnych gatunkach i typach wypowiedzi. O ich kształcie decyduje bardzo wiele czynników. W komunikacji medialnej są to przede wszystkim: funkcja gatunku medialnego, założenia programowe stacji oraz potencjalny odbiorca. Delimitacja tekstu, a także inne właściwości strukturalne wypowiedzi mogą ulegać przeróżnym modyfikacjom i eksperymentom komunikacyjnym.⁴ w rozdziale tym zostaną omówione przykłady zarówno standardowych, jak i mniej tradycyjnych struktur językowych będących sygnalizatorami granic radiowych serwisów informacyjnych.

Jednym z istotnych komponentów struktury radiowych serwisów informacyjnych, który zostanie poddany analizie pragmatyczno-lingwistycznej, jest rama delimitacyjna. Radiowy serwis informacyjny funkcjonuje jako odrębny gatunek medialny. Jednakże ze względu na to, że jednym z zadań nadawców medialnych jest utrzymanie odbiorcy jak najdłużej przy odbiornikach radiowych, zakładam, że granice radiowych serwisów informacyjnych nie stanowią radykalnego wyodrębnienia serwisów spośród całodobowego programu radiowego, a stanowią jego część składową, to znaczy funkcją ramy nie jest

¹ M. Wojtak, *Wprowadzenie do genologii*, Lublin 2019, s. 207.

² T. Dobrzyńska, *Badania struktury tekstu – nowe źródło inspiracji stylistyki*, [w:] *Polska genologia lingwistyczna*, red. D. Ostaszewska, R. Cudak, Warszawa 2008, s. 83.

³ J. Bartmiński, S. Niebrzegowska-Bartmińska, *Tekstologia*, Warszawa 2009, s. 210.

⁴ *Ibidem*, s. 211.

wyłącznie wyodrębnienie serwisu z całości ramówki, lecz wskazanie na początek i koniec audycji, co wiąże się z zamiarem przykucia uwagi słuchaczy.

Mając na uwadze powyższą tezę, przy analizie lingwistyczno-pragmatycznego funkcjonowania radiowego serwisu informacyjnego w komunikacji medialnej uwzględnę wszelkie wyrażenia językowe pełniące rolę formuł inicjalnych oraz finalnych, a więc służące nawiązywaniu i rozwiązywaniu kontaktu językowego i będące odniesieniami metatekstowymi.

Zanim jednak zostaną szczegółowo omówione językowe sygnały delimitacyjne początku i końca, przedstawię podstawowe parametry gatunku medialnego, jakim jest radiowy serwis informacyjny w analizowanych stacjach. Opracowanie ogólnego schematu struktury badanych programów ma na celu wydzielenie tych elementów, które będą stanowiły ramę gatunku.

Aktualności Programu Pierwszego Polskiego Radia rozpoczynają się standardowo od dżingla przeznaczonego dla programu informacyjnego. Po nim występuje stały komunikat składający się z frazy: „*Aktualności*” radiowej Jedyнки oraz imienia i nazwiska prowadzącego, np.: „*Aktualności*” radiowej Jedyнки. Tomasz Marciniuk. Następnie ma miejsce przywitanie się z odbiorcami oraz zaproszenie ich do wysłuchania programu – nie stanowi to jednak reguły i zależne jest od redaktora odpowiedzialnego za dane wydanie serwisu. Stałym elementem programu jest natomiast skrót wiadomości składający się z jednozdaniowych zapowiedzi newsów – każda z nich oddzielona jest krótkim sygnałem dźwiękowym. Po tej części następuje prezentacja wszystkich informacji. Granice poszczególnych newsów wyznaczają dżingle. Po ostatniej wiadomości redaktor stwierdza: *To były „Aktualności” Programu Pierwszego Polskiego Radia.* Po tym komunikacie pojawia się sygnał dźwiękowy zapowiadający następny element ramówki, np. prognozę pogody, wiadomości sportowe, blok reklamowy.

Serwis Programu Trzeciego Polskiego Radia również rozpoczyna się od dżingla. Po nim pojawia się komunikat o charakterze informacyjnym, składający się z następującego schematu: „*Program Trzeci Polskiego Radia* + aktualna data w układzie: nazwa dnia tygodnia, dzień oraz miesiąc”. W konkretnej realizacji językowej schemat może wyglądać w taki sposób: *Program Trzeci Polskiego Radia. Wtorek. Siódmy stycznia. Minęła jedenasta.* Następnie ma miejsce przedstawienie prowadzącego i zaproszenie na serwis informacyjny, po którym następuje dżingiel i skrót wiadomości. Kolejno zostają przedstawione newsy. Program kończy się komunikatem: *To był serwis Trójki. Więcej informacji na portalu polskieradio.pl* oraz sygnałem muzycznym.

W przypadku komercyjnej stacji RMF FM za początek serwisu można uznać zapowiedź programu tuż przed uruchomieniem dżingla lub w trakcie jego trwania. Na zapowiedź serwisu składa się zaproszenie na serwis lub przedstawienie prowadzącego. Zapowiedź nie jest stałym elementem. Niekiedy serwis rozpoczyna się bez wprowadzenia dziennikarza. Niestalość ta jest czymś naturalnym dla komunikacji radiowej. Po dżinglu ma miejsce skrót wiadomości, a potem pojawiają się poszczególne newsy przeznaczone na dane wydanie, również poprzedzone sygnałem muzycznym. Niekiedy, i trudno tu wskazać regularność, pomiędzy wiadomościami pojawiają się specyficzne dżingle zawierające komunikaty językowe o charakterze metatekstowym lub autopromocyjnym, np. *Nowe Fakty o koronawirusie w RMF FM*, *Popołudniowa rozmowa w RMF FM*, *Najświeższe fakty tylko w RMF FM*. Po ostatnim newsie następuje formuła finalna – o jej zawartości i kształcie językowym będzie mowa poniżej. Na sam koniec serwisu zawsze pojawia się dżingiel z komunikatem: *Radio. Muzyka. Fakty. RMF FM*.

Bardzo zbliżoną strukturę programu informacyjnego do *Faktów* RMF FM mają *Wiadomości* Radia ZET. Zapowiedź serwisu i zaproszenie do wysłuchania programu również następuje przed dżinglem. Po skrócie wiadomości pojawia się dżingiel informujący o aktualnej godzinie: *Minęła właśnie* [prowadzący odczytuje godzinę] *w Radiu ZET*. Analogicznie do największej konkurencji Radia ZET, czyli do Radia RMF FM, poszczególne newsy oddzielają dżingle słowno-muzyczne realizujące funkcję metatekstową i autopromocyjną, np. *Takie są Wiadomości Radia ZET, o tym powinieneś wiedzieć*, *Blisko Ciebie*, *Obiektywne i niezależne – takie są Wiadomości Radia ZET, to Ci się przyda*, *Wszystko co istotne*. Na koniec pojawia się formuła sygnalizująca zakończenie programu – jej różnorodne formy zostaną omówione w dalszej części tego rozdziału.

Serwis Radia Maryja również rozpoczyna się od dżingla, po którym od razu następują newsy, zazwyczaj trzy, odczytywane naprzemiennie przez kobietę i mężczyznę. Zaproszenie na serwis i przedstawienie prowadzących ma miejsce przed dżinglem zapowiadającym program, a po melodii informującej o wybiciu pełnej godziny. Na koniec serwisu pojawia się stała formuła finalna: *To był serwis informacyjny na antenie Radia Maryja. Więcej informacji znajdą Państwo na stronie internetowej naszej rozgłośni*. Następnie redaktor zaprasza na prognozę pogody.

Wiadomości Radia Niepokalanów mają najmniej rozbudowaną i najbardziej uporządkowaną strukturę. Po dżinglu ma miejsce zapowiedź newsów odczytywana na tle charakterystycznej melodii. Po tym następuje dżingiel: *Wiadomości Informacyjnej Agencji Radiowej* informujący, kto jest twórcą serwisów. Następnie prowadzący odczytuje swoje imię

oraz nazwisko i od razu przechodzi do poszczególnych newsów. Serwis kończy się dźwiękiem zawierającym stałą formułę: *To były wiadomości Informacyjnej Agencji Radiowej.*

4.1 Formuły inicjalne

W tej części zostaną omówione najbardziej reprezentatywne sposoby rozpoczynania radiowych serwisów informacyjnych.

4.1.1 Formuła powitalna

Jednym z elementów występujących w inicjalnej ramie serwisów informacyjnych są grzecznościowe formuły powitalne. Jak pisze Małgorzata Marcjanik, zgodnie z polskim obyczajem językowym sytuacja rozpoczynania, jak i kończenia kontaktu wymaga użycia wyrażenia językowego o funkcji grzecznościowej.⁵ w przypadku kontaktu radiowego i telewizyjnego dobór grzecznościowych form powitalnych zależy od tzw. grupy docelowej, czyli przewidzianego przez daną stację kręgu odbiorców, zróżnicowanych ze względu na parametry społeczne takie jak wiek, wykształcenie, pochodzenie, płeć, zainteresowania itd.”⁶ w zakresie form językowych pełniących funkcję fatyczną największą rolę odgrywają powitania.⁷

Najczęściej występująca forma powitania w analizowanych serwisach to: *witam*. Mirosław Bańko zwraca uwagę, że powitanie w formie *witam* za sprawą radia i telewizji zyskało dużą popularność w korespondencji⁸, jednak użycie czasownika *witać* przez nadawców radiowych nie jest niestosowne, ponieważ są oni gospodarzami nadawanego programu.⁹ *Witam* to ‘formuła powitania, wypowiedzana zwykle przez osobę występującą jako gospodarz w danym miejscu do osób, które do tego miejsca przychodzą’ (WSJP).

220.[dźwięki] Tomasz Marciniuk (prowadzący): Aktualności radiowej Jedyńki. Tomasz Marciniuk. **Witam** Państwa i zapraszam. [PR1 27.03.2020 15:00]

221.Spiker: Już prawie godzina dziesiąta. Ten sygnał oznacza, że ważne fakty w RMF FM. Zaprasza Ewa Kwaśny. Witamy bardzo serdecznie.

Ewa Kwaśny (prowadząca): **Witam**. Zapraszam. [dźwięki] [RMF 9.03.2020 10:00]

⁵ M. Marcjanik, *Grzeczność w komunikacji językowej*, Warszawa 2007, s. 117.

⁶ Ibidem, s. 117.

⁷ Ibidem, s. 120.

⁸ *Witam*, <https://nck.pl/en/projekty-kulturalne/projekty/ojczysty-dodaj-do-ulubionych/ciekawostki-jezykowe/witam,cltt,W>, [13.03.2022].

⁹ M. Marcjanik, op. cit., s. 121.

Czasownik *witać* występuje także w pierwszej osobie liczby mnogiej:

222.Spiker: Już prawie godzina dziesiąta. Ten sygnał oznacza, że ważne fakty w RMF FM.

Zaprasza Ewa Kwaśny. **Witamy bardzo serdecznie.**

223.Ewa Kwaśny (prowadząca): Witam. Zapraszam. [dźwięki] [RMF 9.03.2020 10:00]

Wielokrotnie formom *witam/witamy* towarzyszy okolicznik wyrażający moc powitania, jak na przykład w powyższym fragmencie serwisu: *witamy bardzo serdecznie*. Co więcej, w ostatnim przykładzie ma miejsce interesujące odwrócenie ról w komunikacji medialnej. Inkluzywna forma *witamy* jako podmiot tej aktywności wskazuje dziennikarza zapowiadającego serwis, czyli nadawcę oraz radiosłuchaczy – odbiorców. Z prowadzącym serwis wita się zatem odbiorca, a nie odwrotnie. Taka sytuacja to element nowatorski w komunikacji medialnej, uwidaczniający osobę odbiorcy. Poprzez formę *inclusivusa* odbiorca może się poczuć zauważony i doceniony.

Innym, często występującym zwrotem powitalnym jest *dzień dobry* ‘najbardziej popularna i uniwersalna ze względu na możliwość użycia w różnorodnych relacjach między rozmówcami forma powitania, występująca często wraz z formą nazywającą adresata’ (SJS).

224.Spiker: Shawn Mendes w Radiu ZET, a w studiu *Wiadomości* Radia ZET jest Sławek Mierzejewski. **Dzień dobry.**

Sławek Mierzejewski (prowadzący): **Dzień dobry.** Zaczynamy *Wiadomości* o trzynastej. [dźwięki] [ZET 24.06.2020 13:00]

225.Spiker: Poniedziałkowe popołudnie z Radiem ZET. Czas na *Wiadomości*. Przed mikrofonem Ania Kowalczyk i Sebastian Misiuk. **Dzień dobry.**

Ania Kowalczyk (prowadząca): **Dzień dobry.**

Sebastian Misiuk (prowadzący): **Dzień dobry.** Zapraszamy. [dźwięki melodia *Minęła właśnie...*] [ZET 27.10.2020 13:00]

226.[dźwięki] Spiker: No to czas na spotkanie w samo południe jak w westernach. **„Dzień dobry” mówimy Katarzynie Staszko...**

Katarzyna Staszko (prowadząca): Wszystko się zgadza. Dzień dobry.

Spiker: ... i zapraszamy na *Fakty* o dwunastej. [dźwięki] RMF 21.04.2020 12:00

Dzień dobry nie jest jednak wypowiedziane wyłącznie do adresata radiowych serwisów informacyjnych. Jest stosowane również wtedy, gdy zapowiadający serwis wita się z osobą prowadzącą program. Pokazują to powyższe przykłady. Zarówno w przykładzie nr 224, jak

i 225 użyte po raz pierwszy *dzień dobry* jest zwrotem skierowanym do spikerów radiowych, kolejne to przywitanie się z kolegą lub koleżanką z redakcji, ale także ze słuchaczami. Przykład nr 222 pokazuje nietypową sytuację komunikacyjną – poprzez zastosowanie czasownika *mówić* w pierwszej osobie liczby mnogiej to zapowiadający serwis oraz radiosłuchacze witają się z prowadzącym, co stanowi całkowite odwrócenie charakterystycznych ról w komunikacji medialnej. Fraza zdaniowa: „*Dzień dobry*” *mówimy Katarzynie Staszko...* oprócz funkcji powitalnej służy również zaprezentowaniu osoby prowadzącej program.

M. Marcjanik zauważa, że *dzień dobry* jest rzadziej stosowaną formą powitania w radiu i telewizji. W porównaniu do wspomnianego *witam* nie daje możliwości rozbudowania określeniami wskazującymi na sposób witania i jego moc.¹⁰

Kolejną tendencją pojawiającą się w ramie inicjalnej jest rezygnacja z formuły powitalnej – wówczas prowadzący po dźwięku rozpoczynającym serwis od razu odczytuje skrót wiadomości, nie witając się z odbiorcami. Sytuacje takie zdarzają się sporadycznie w programach stacji komercyjnych, w których nie ma stałego schematu sygnalizowania początku serwisów. W przypadku Radia Niepokalanów i Programu Pierwszego Polskiego Radia rozpoczęcie serwisu bez powitalnego zwrotu w stronę odbiorcy jest stałym elementem struktury programu.

227.[dźwięki: melodia *Minęła właśnie...*] Prowadząca: Będzie zawiadomienie do ABW. [ZET 7.01.2020 11:00]

228.[dźwięki] Prowadzący: Co z wyjazdem Prezydenta Dudy na Światowe Forum Holocaustu, które w styczniu odbędzie się w Instytucie Yad Vashen? – to pytanie ciągle aktualne. [RMF 7.01.2020 11:00]

229.[dźwięki] Spiker: Radio Niepokalanów. Jest trzynasta. [dźwięki]

Prowadzący: z funduszu sprawiedliwej transformacji na pomost dla unijnych regionów odchodzących od węgla Polska otrzyma najwięcej pieniędzy. [RN 15.01.2020 13:00]

230.[dźwięki] Prowadzący: Czternastu posłów z Komisji Sprawiedliwości negatywnie zaopiniowało senacką uchwałę w sprawie odrzucenia noweli ustaw sądowych. [RN 22.01.2020 14:00]

Jak to ilustrują przedstawione wyżej przykłady, formy powitalne we wszystkich stacjach, o ile występują, mają charakter uniwersalny i neutralny. W serwisach informacyjnych stacji komercyjnych, które mają charakter najbardziej rozrywkowy, a ich założona grupa docelowa

¹⁰ Ibidem, s. 123.

jest najmłodsza spośród analizowanych rozgłośni, zauważyć można brak struktur powitalnych o zabarwieniu potocznym, a zatem i bardziej ekspresywnych, charakterystycznych dla języka młodzieżowego. Podobne zjawisko występuje w mediach katolickich, w których serwisach brak form powitalnych o charakterze religijnym. Formy takie pojawiają się w całej ramówce, z wyjątkiem serwisów informacyjnych. Może to świadczyć o ogólnym charakterze tego typu programów oraz profesjonalnym podejściu nadawcy do ich tworzenia.

4.1.2 Formuła przedstawiająca

Kolejnym znaczącym elementem serwisów informacyjnych jest przedstawianie się odbiorcom. Występują dwa sposoby prezentacji osoby prowadzącej program – nadawca sam się przedstawia odbiorcom albo osoba współprowadząca serwis, ewentualnie dziennikarz prowadzący program nadawany na antenie przed serwisem przedstawia nadawcę.

Jednym z najczęstszych sposobów na przedstawienie się lub przedstawienie prowadzącego jest podanie samego imienia i nazwiska. Formuła ta odpowiada wymogom skrótości radiowych serwisów informacyjnych. Sytuacja ta dotyczy przede wszystkim Programu Pierwszego i Programu Trzeciego Polskiego Radia, Radia Niepokalanów oraz Radia ZET.

231. Maria Furdyna (prowadząca): *Aktualności* radiowej Jedyńki. **Maria Furdyna**. [PR1 12.03.2020 10:00]
232. Spiker: Teraz *Aktualności* i **Olaf Ważyński**. [dżingiel]
Olaf Ważyński (prowadzący): Krótka, ale efektywna... [PR1 25.06.2020 10:00]
233. Spiker: Minęła trzynasta. tu Program Pierwszy Polskiego Radia. [dżingiel]
Marzena Wyczółkowska (prowadząca): *Aktualności*. **Marzena Wyczółkowska**. [PR1 26.10.2020 13:00]
234. [dżingiel] Artur Ewertowski (prowadzący): tu Program Trzeci Polskiego Radia. Piątek. Trzeci lipca. Minęła dwunasta. **Artur Ewertowski**. Zapraszam na *Serwis* Trójki. [PR3 3.07.2020 12:00]
235. Spikerka: Siedemnasta na zegarach. **Sławek Mierzejewski** – *Wiadomości*. [dżingiel]
Sławek Mierzejewski (prowadzący): O uchwale Sądu Najwyższego zaczyna się odracanie rozpraw z udziałem sędziów z nadania nowej Krajowej Rady Sądownictwa. [ZET 24.01.2020 17:00]
236. Karolina Kozińska (prowadząca): Program Trzeci Polskiego Radia. Poniedziałek. Dwudziesty szósty października. Minęła trzynasta. **Karolina Kozińska**. Zapraszam na *Serwis* Trójki. [PR3 26.10.2020 13:00]

237.Spiker: Jest dziesiąta. Zapraszamy na *Wiadomości*. **Aleksandra Ratusznik** i **Michał Adamiuk**. [dźwięki] [ZET 9.03.2020 10:00]

238.[dźwięki] Olaf Ważyński (prowadzący) *Aktualności* radiowej Jedynki.

Izabela Kuczyńska (prowadząca): **Izabela Kuczyńska**.

Olaf Ważyński (prowadzący): I **Olaf Ważyński**. Nie bądźmy obojętni wobec zła i nienawiści – apelowali w Oświęcimiu ocalali z Holocaustu.. [PR1 28.01.2020 9:00]

239.[dźwięki] Krzysztof Kaczmarczyk (prowadzący): Czternastu posłów z Komisji Sprawiedliwości negatywnie zaopiniowało senacką uchwałę w sprawie odrzucenia noweli ustaw sądowych. Polska nie może akceptować szerszenia rosyjskich historycznych kłamstw – mówi w wywiadzie dla „Financial Times” Prezydent Andrzej Duda. Google chce w Polsce rozszerzyć usługę chmury oraz rozbudować serwery. [dźwięki *Wiadomości Informacyjnej Agencji Radiowej*]

Krzysztof Kaczmarczyk (prowadzący): **Krzysztof Kaczmarczyk**. Sejmowa Komisja Sprawiedliwości i Praw Człowieka negatywnie zaopiniowała senacką ustawę..., uchwałę w sprawie odrzucenie nowelizacji ustaw sądowych. [RN 22.01.2020]

M. Marcjanik twierdzi, że formy przedstawiania się w radiu i w telewizji zasadniczo powiązane są z typem relacji między nadawcą a odbiorcą. Komunikacja oficjalna za dopuszczalne uznaje jedynie przedstawianie się wyłącznie imieniem (w jego oficjalnej formie) i nazwiskiem.¹¹ w taki właśnie sposób przedstawiani są dziennikarze stacji publicznych i katolickich, w których występuje oficjalna relacja między nadawcą a odbiorcą. W stacjach komercyjnych nadawcy do słuchaczy zwracają się w sposób nieformalny, mimo to prowadzący serwis informacyjny przedstawiani są imieniem i nazwiskiem (obserwując całodzienny program tych stacji, można zauważyć, że zawsze prowadzący przedstawiają się w sposób pełny, co jest zrozumiałe z tego względu, że dziennikarz radiowy swoim nazwiskiem niejako „firmuje” prowadzony program). Znamiona nieoficjalności w przedstawianiu się widoczne są wyłącznie w zdrabnianiu imienia dziennikarza. Nie jest to jednak częste zjawisko. Przedstawianie (się) nie występuje wyłącznie w ramie inicjalnej serwisów. W ciągu trwającego programu informacyjnego na antenie pojawiają się reporterzy, w takich sytuacjach albo prowadzący zapowiada reportera imieniem i nazwiskiem, albo reporter sam się przedstawia na końcu swojej relacji – po wskazaniu miejsca nadawania podaje swoje imię i nazwisko.

Warto zwrócić uwagę na moment przedstawienia się prowadzącego radiowy serwis informacyjny w Radiu Niepokalanów. Pokazuje to przykład numer 235. Na początku

¹¹ Ibidem, s. 123.

programu odczytywany jest skrót informacji, które zostaną omówione w danym serwisie, potem emitowany jest dźwięk wskazujący na twórcę serwisu, czyli Informacyjną Agencję Radiową, dopiero wtedy prowadzący podaje z reguły samo imię i nazwisko i przechodzi do pierwszego newsa.

Innym sposobem przedstawienia prowadzącego jest zastosowanie czasownika *przedstawić* w znaczeniu ‘poinformować kogoś o treści czegoś’ (WSJP). Czasownik ten występuje zazwyczaj w trzeciej osobie w czasie przyszłym i tworzy stałą strukturę językową informującą o tym, kto poprowadzi dany serwis. Strukturę tę można przedstawić za pomocą następującego schematu zdaniowego: ‘nazwa programu + *przedstawi* + imię i nazwisko prowadzącego/prowadzących’, w którym określenie prowadzącego występuje w funkcji podmiotu, czyli wykonawcy czynności. Warto także zwrócić uwagę na szyk wyrazów w zdaniach prezentujących prowadzących, w których podmiot, czyli prezenter, występuje w wypowiedzeniu w pozycji finalnej, a dopełnienie, czyli nazwa serwisu, znajduje się w pozycji inicjalnej. Ma to wyróżnić postać dziennikarza. Potwierdzają to poniższe przykłady pochodzące ze wszystkich badanych przeze mnie stacji, z wyjątkiem Radia Niepokalanów.

240.Prowadzący: Zbliżamy się do godziny 12. Wiadomości w samo południe w Radiu ZET **przedstawi Anita Kurosat**. Zapraszamy.

[dźwięk] Anita Kurosat (prowadząca): Ponad czterdzieści pięć procent dla Andrzeja Dudy...
[ZET 16.01.2020 12:00]

241.[dźwięk] Spiker: Przed nami dziesiąta. Przed nami *Fakty* w RMF FM. A *Fakty* przygotował i **przedstawi Tomasz Staniszewski**. Już przy swoim mikrofonie, a zatem zapraszamy.
[kontynuacja dźwięka] [RMF 29.10.29 10:00]

242.[dźwięk] Spiker: Przed nami na antenie Radia Maryja serwis informacyjny, który **przedstawi** redaktor Piotr Brzezina. [dźwięk] [RM 25.06.2020 10:00]

243.[modlitwa Anioł Pański] Spiker: A teraz trzy minuty po dwunastej i pora na *Wiadomości*, które **przedstawi** Justyna Kędra i Piotr Brzezina. [dźwięk] [RM 26.10.2020 12:00]

244.[dźwięk] Spiker: Dzisiaj Światowy Dzień Radia. Jest czwartek. Trzynasty dzień lutego. Serwis Trójki przygotował i **przedstawi** Filip Jarek. [PR3 13.02.2020 17:00]

245.[muzyka *Lata z Radiem*] Spikerka: A zaczynamy jak zawsze od *Aktualności* radiowej Jedynki, które **przedstawi Paweł Zieliński**. [dźwięk *Aktualności*] [PR1 29.06.2020 9:00]

Na osobne omówienie zasługuje przykład nr 238 pochodzący z Radia Maryja. Imię i nazwisko prowadzącego poprzedzone jest leksem *redaktor*, pełniącym rolę tytułu zawodowego. *Redaktor* to ‘osoba pracująca w redakcji gazety lub innych mediów i zajmująca się pisaniem lub opracowywaniem tekstów bądź przygotowywaniem albo obróbką

programów' (WSJP). Tytułowanie jest jednym z elementów komunikacji oficjalnej i wyraża należyty szacunek względem osoby, z którą się rozmawia bądź o której się mówi oraz jej docenienie. Ograniczanie używania tytułów charakterystyczne jest z kolei dla swobodnych stosunków towarzyskich. Zasady etykiety językowej i *savoir-vivre*'u w komunikacji radiowej są przestrzegane przede wszystkim w wywiadach, w przypadku radiowych serwisów informacyjnych tytułowanie prowadzącego program cechuje stację Radio Maryja. Oprócz tego, że tytułowanie świadczy o szacunku w komunikacji, podkreśla kompetencję dziennikarzy tworzących i prowadzących program.

Czasownik *przedstawić* nie zawsze służy wskazaniu osoby prowadzącej serwis, czasem pełni funkcję informacyjną i nazywa czynność wykonywaną przez dziennikarzy w ramach serwisów informacyjnych, czyli przedstawienie faktów. W takich komunikatach rzeczownik *fakty* często określany jest przymiotnikiem *najważniejsze*, co implikuje, że w programie danej stacji prezentuje się tylko informacje o wysokiej randze.

246.Spiker: Zbliża się trzynasta w RMF FM. To czas, żeby **przedstawić** Wam najważniejsze fakty. Posłuchajmy ich razem. Z nami ponownie Ewa Kwaśny. [RMF 16.04.2020 13:00]

247.[dźingiel] Spikerka: To już prawie trzynasta, więc czas **przedstawić** Wam najważniejsze fakty z kraju i ze świata. *Fakty* o tej porze ponownie ma dla nas Ewa Kwaśny. Posłuchajmy.

Ewa Kwaśny (prowadząca): Jestem. Zapraszam. [kontynuacja dźingla] [RMF 24.06.2020 13:00]

Wprowadzenie informacji o osobie prowadzącej serwis odbywa się również za pomocą wyrażenia przyimkowego z *nami*, złożonego z przyimka z 'przyłączający nazwę osoby, która towarzyszy innej' (USJP) oraz zaimka osobowego *my*. Forma ta, będąca wariantem *my* inkluzywnego, buduje jedność komunikacyjną pomiędzy nadawcami i odbiorcami.

248.Spikerka: Na zegarze już prawie dwunasta. A skoro tak, to przenosimy się do studia *Faktów* RMF FM. W samo południe zmiana, z **nami** od teraz Ewa Kwaśny. Dzień dobry.

Ewa Kwaśny (prowadząca): Jestem. Witam i zapraszam. [kontynuacja dźingla] [RMF 25.06.2020 12:00]

Mniej konwencjonalnym sposobem prezentacji prowadzących jest użycie wyrażenia przyimkowego *przed mikrofonem* występującego w serwisach informacyjnych w Radiu ZET oraz w Radiu Niepokalanów.

249.[dźingiel] Spiker: Jest godzina dziesiąta. Zapraszam na *Wiadomości* w Radiu Niepokalanów.

[dźingiel] Wojciech Kusiak (prowadzący): Decyzje w sprawie znoszenia ograniczeń. Rząd

podejmie je w końcu dwóch najbliższych dni. Nowy unijny budżet. W związku z pandemią Komisja Europejska przedstawi go do końca miesiąca. Na świecie zarejestrowano ponad milion dziewięćset zakażeń. Zmarło niemal sto dwadzieścia tysięcy osób. [dźwiękiel *Wiadomości Informacyjnej Agencji Radiowej*]

Wojciech Kusiak (prowadzący): **Przed mikrofonem Wojciech Kusiak.** W ciągu dwóch najbliższych dni zapadną decyzje dotyczące zmniejszania liczby ograniczeń związanych z pandemią. [RN 14.04.2020 10:00]

250.Spiker: Poniedziałkowe popołudnie z Radiem ZET. Czas na *Wiadomości*. **Przed mikrofonem Ania Kowalczyk i Sebastian Misiuk.** Dzień dobry.

Anna Kowalczyk (prowadząca): Dzień dobry.

Sebastian Misiuk (prowadzący): Dzień dobry. Zapraszamy [dźwiękiel melodia *Minęła właśnie...*] [ZET 27.10.2020 13:00]

Wyrażenie przyimkowe *przed mikrofonem*, służące do przedstawienia prowadzącego w sposób pośredni, wskazuje na miejsce, z którego prowadzi program, ponieważ mikrofon jest jednym
z elementów studia radiowego. Podkreśla również nadawanie programu na żywo.

Pośród mniej tradycyjnych formuł przedstawiających prowadzących program występują metafory. W poniższym przykładzie przez wykorzystanie wyrażenia przyimkowego w *roli głównej* porównuje się serwis informacyjny do spektaklu albo filmu, a prowadzącą do aktorki odgrywającej główną rolę.

251.Spiker: Już prawie godzina trzynasta, a więc ponownie Studio Faktów RMF. **W roli głównej zaprasza Katarzyna Staszko.** [dźwiękiel]

Katarzyna Staszko (prowadząca): „Zbyt daleko idący i niesprawiedliwy” – politycy PiS nie zgadzają się z miażdżącym raportem Komisji Weneckiej na temat nowelizacji ustaw sądowych. Co na to opozycja? Posłuchajcie. [RMF 16.01.2020 13:00]

Na refleksję o charakterze normatywnym zasługuje połączenie czasownika *zapraszać* z wyrażeniem przyimkowym w *roli głównej*. Pojawia się pytanie, czy sformułowanie *zapraszać w roli głównej* to błąd językowy. Trudno ocenić, czy komunikat będący kontaminacją dwóch form: *zaprasza Katarzyna Staszko* i *‘w roli głównej (występuje) Katarzyna Staszko* jest przejęzyczeniem czy świadomym zestawieniem językowym. Ze względu na brak znajomości intencji nadawcy trudno tę kwestię rozstrzygnąć. Abstrahując, przykład ten potwierdza, że uczestnicy komunikacji w ramie inicjalnej nie czytają tekstu scenopisu, lecz na bieżąco formułują wypowiedź.

4.1.3 Formuła zapraszająca

W ramie inicjalnej występują także formuły grzecznościowe zachęcające odbiorców do pozostania przy radioodbiornikach i wysłuchania programu, czyli zaproszenia. Jednym z najczęstszych sposobów zapraszania jest komunikat zawierający czasownik metatekstowy *zapraszać* ‘proponować komuś przyjście dokądś w celach towarzyskich lub oficjalnych albo w celu wzięcia udziału w czymś’ (WSJP). Czasownik ten może występować w formie pierwszej osoby liczby pojedynczej.

252.[dźwięki] Izabela Kuczyńska (prowadząca): Izabela Kuczyńska. **Zapraszam** na *Aktualności* radiowej Jedyńki. [PR1 7.01.2020 11:00]

253.[dźwięki] Paweł Zieliński (prowadzący): *Aktualności* radiowej Jedyńki. Paweł Zieliński. **Zapraszam**. [PR1 9.03.2020 10:00]

254.[dźwięki] Tomasz Marciniuk (prowadzący): *Aktualności* radiowej Jedyńki. Tomasz Marciniuk. Witam Państwa i **zapraszam**. [PR1 27.03.2020 15:00]

255.[dźwięki] Edyta Woźniak (prowadzący): Edyta Woźniak. **Zapraszam** na *Aktualności* radiowej Jedyńki. [PR1 24.06.2020 13:00]

256.Spiker: Już prawie godzina dziesiąta. Ten sygnał oznacza, że ważne fakty w RMF FM. Zaprasza Ewa Kwaśny. Witamy bardzo serdecznie.

Ewa Kwaśny (prowadząca): Witam. **Zapraszam**. [dźwięki] [RMF 9.03.2020 10:00]

257.Katarzyna Sowińska (prowadząca): Rzecznik Izby Dyscyplinarnej komentuje uchwały Izby Sądu Najwyższego. Unijny Komisarz odpowiedzialny za kwestie praworządności rozmawiał z polskim wiceministrem sprawiedliwości. Władze lotniska Chopina reagują na zagrożenie wirusem z Chin. [dźwięki *Wiadomości Informacyjnej Agencji Radiowej*]

Katarzyna Sowińska (prowadząca): Katarzyna Sowińska. **Zapraszam**. [RN 24.01.2020 17:00]

258.[dźwięki] Spiker: Jest godzina dziesiąta. **Zapraszam** na serwis informacyjny w Radiu Niepokalanów.

[dźwięki] Prowadzący: Grupa trzydziestu Polaków, którzy wrócili wczoraj z chińskiego miasta Wuhan, jest teraz w szpitalu na obserwacji. [RN 3.02.2020 10:00]

Jeśli czasownik ten występuje w formie trzeciej osoby liczby pojedynczej, to wówczas dodatkowo zapowiada prowadzącego. Pokazują to poniższe przykłady:

259.Spiker: Już prawie godzina trzynasta, a więc ponownie Studio *Faktów* RMF. W roli głównej **zaprasza Katarzyna Staszko**. [dźwięki]

- 260.Katarzyna Staszko (prowadząca): „Zbyt daleko idący i niesprawiedliwy” – politycy PiS nie zgadzają się z miażdżącym raportem Komisji Weneckiej na temat nowelizacji ustaw sądowych. Co na to opozycja? Posłuchajcie. [RMF 16.01.2020 13:00]
- 261.Spiker: Już prawie godzina dziesiąta. Ten sygnał oznacza, że ważne Fakty w RMF FM. **Zaprasza Ewa Kwaśny**. Witamy bardzo serdecznie.
Ewa Kwaśny (prowadząca): Witam. Zapraszam. [dźwięki] [RMF 9.03.2020 10:00]

Najliczniej występującą formą czasownika *zapraszać* jest pierwsza osoba liczby mnogiej.

- 262.Spiker: Zbliżamy się do godziny 12. *Wiadomości* w samo południe w Radiu ZET przedstawi Anita Kurosat. **Zapraszamy**. [dźwięki]
Anita Kurosat (prowadząca): Komisja Wenecka w trybie pilnym o ustawie dyscyplinującej sędziów. [ZET 16.01.2020 12:00]
- 263.Spiker: Jest dziesiąta. **Zapraszamy** na *Wiadomości*. Aleksandra Ratusznik i Michał Adamiuk. [dźwięki] [ZET 9.03.2020 10:00]
- 264.Spiker: Mamy czwartek. To jest trzydziesty dzień lipca. **Zapraszamy** na *Wiadomości* Radia ZET. Lucyna Płużyczka i Michał Adamiuk. [ZET 30.07.2020 10:00]
- 265.Spiker: Poniedziałkowe popołudnie z Radiem ZET. Czas na *Wiadomości*. Przed mikrofonem Anna Kowalczyk i Sebastian Misiuk. Dzień dobry.
- 266.Ania Kowalczyk (prowadząca): Dzień dobry.
Sebastian Misiuk (prowadzący): Dzień dobry. **Zapraszamy**. [dźwięki melodia Minęła właśnie...] [ZET 27.10.2020 13:00]
- 267.[dźwięki] Spiker: Przed nami dziesiąta. Przed nami *Fakty* w RMF FM. A *Fakty* przygotował i przedstawi Tomasz Staniszewski. Już przy swoim mikrofonie, a zatem **zapraszamy**. [kontynuacja dźwięka] [RMF 29.10.2020 10:00]
- 268.Spiker: Jest dziesiąta. [dźwięki]
Spiker: tu Radio Maryja. W naszym programie **zapraszamy** na *Wiadomości*. [dźwięki]
Prowadzący: Kryzys Wód Polskich wskazuje, że w nocy z poniedziałku na wtorek warszawskie przedsiębiorstwo wodociągów zrzuciło do Wisły ścieki komunalne. [RM 24.06.2020 10:00]
- 269.Spiker: tu Radio Maryja. **Zapraszamy** na *Wiadomości*. [dźwięki]
Prowadzący: Minister Zdrowia Łukasz Szumowski podaje się dziś do dymisji. [RM 18.08.2020 17:00]
- 270.Spiker: Jest godzina dziesiąta. [dźwięki]
Spiker: Na antenie Radia Maryja **zapraszamy** na serwis informacyjny, który przedstawi redaktor Piotr Brzezina. [dźwięki serwisu] [RM 22.10.2020 10:00]

M. Marcjanik utrzymuje, że czasownik *zapraszać* (w każdej formie), choć ma na celu nakłonienie odbiorcy do zrobienia czegoś, tak jak inne czasowniki performatywne o podobnej funkcji (np. *nalegać, polecać, żądać*), daje odbiorcy swobodę i pozostawia mu wybór. Ponadto czasownik ten implikuje następujący sens: ‘chcę być razem z tobą, bycie z tobą jest dla mnie dobre’.¹² Niewątpliwie duże znaczenie w budowaniu przez nadawców relacji z odbiorcą ma forma osobowa czasownika, bardzo często jest nią pierwsza osoba liczby mnogiej, nawet jeśli w programie jest jeden prowadzący. Czasownik *zapraszać*, dla którego w powyższych przykładach użyto pierwszej osoby liczby mnogiej, zwraca uwagę na funkcję nadawcy, który jest gospodarzem programu i zachęca radiosłuchaczy do wspólnej aktywności. Zastosowany w zaproszeniach *exclusivus*, forma wykluczająca odbiorcę, spajająca całą radiostację jako grupę nadawczą, podkreśla wspólnotę, jaką tworzy redakcja rozgłośni oraz wskazuje na wielopoziomowość nadawcy w komunikacji medialnej – nie jest nim jedynie osoba wypowiadająca się w danym momencie.

Innym sposobem występującym w fazie rozpoczęcia serwisu, który ma zachęcić odbiorców do pozostania przy odbiornikach, jest użycie czasownika *posłuchać* w trybie rozkazującym. Zazwyczaj jest to pierwszoosobowa forma liczby mnogiej. Zdarzają się jednak przykłady zawierające formę drugoosobową. Tryby czasownika wyrażają modalność, która jest postawą nadawcy wobec treści zdania. *Imperativus* zazwyczaj służy do wyrażenia rozkazu, nakazu, zakazu lub polecenia, ale również i prośby. Rozkazniki stosowane na początku radiowych serwisów informacyjnych nie pełnią funkcji dyrektywnej, która zakłada całkowite podporządkowanie woli odbiorcy komunikatu względem nadawcy, lecz mają charakter perswazyjny. Tryb rozkazujący sygnalizuje dążenie nadawcy do sprowokowania określonych działań u odbiorcy. Zastosowany w analizowanych programach *imperativus* dotyczy pierwszej i drugiej osoby liczby mnogiej, nigdy pojedynczej. Częściej jednak stosowana jest forma uwzględniająca nadawcę, czyli „my” - ma bowiem wymiar jednoczący, jest zachętą do wykonania danej aktywności razem, we wspólnocie komunikacyjnej.

271.[dżingiel] Spikerka: Zbliża się trzynasta. Wracamy więc do studia *Faktów* RMF FM.

Posłuchajmy razem. na *Fakty* zaprasza Ewa Kwaśny. [dżingiel] [RMF 29.09.10 13:00]

272.Spiker: Zbliża się trzynasta w RMF FM. To czas, żeby przedstawić Wam najważniejsze fakty.

Posłuchajmy ich razem. Z nami ponownie Ewa Kwaśny. [RMF 16.04.2020 13:00]

¹² M. Marcjanik, op. cit., s. 124.

273.Spiker: Już prawie godzina trzynasta, a więc ponownie Studio Faktów RMF. W roli głównej zaprasza Katarzyna Staszko. [dżingiel]

Katarzyna Staszko (prowadząca): „Zbyt daleko idący i niesprawiedliwy” – politycy PiS nie zgadzają się z miażdżącym raportem Komisji Weneckiej na temat nowelizacji ustaw sądowych. Co na to opozycja? **Posłuchajcie**. [RMF 16.01.2020 13:00]

274.[dżingiel] Spikerka: To już prawie trzynasta, więc czas przedstawić Wam najważniejsze fakty z kraju i ze świata. „Fakty” o tej porze ponownie ma dla nas Ewa Kwaśny. **Posłuchajmy**.

Ewa Kwaśny (prowadząca): Jestem. Zapraszam. [kontynuacja dżingla] [RMF 24.06.2020 13:00]

Popularnym sposobem na otwarcie radiowego serwisu informacyjnego jest wyrażenie predykatywne *czas na*, które łączy się zazwyczaj z nazwą konkretnego programu informacyjnego.

275.Prowadzący: Mówimy o tym, co najważniejsze – **czas na** *Wiadomości* Radia ZET. Dochodzi godzina dziewiąta. Paula Michalik i Sławek Mierzejewski. [dżingiel]

Sławek Mierzejewski (prowadzący): Mniej gości na weselach. [ZET 4.09.2020 9:00]

276.Spiker: Poniedziałkowe popołudnie z Radiem ZET. **Czas na** *Wiadomości*. Przed mikrofonem Ania Kowalczyk i Sebastian Misiuk. Dzień dobry.

277.Anna Kowalczyk (prowadząca): Dzień dobry.

Sebastian Misiuk (prowadzący): Dzień dobry. Zapraszamy. [dżingiel melodia Minęła właśnie...] [ZET 27.10.2020 13:00]

278. Spiker: Już prawie godzina dziesiąta. **Czas więc na spotkanie** z Bogdanem Zalewskim i najnowszymi *Faktami* RMF. [dżingiel] RMF 15.09.2020 10:00

W przykładzie nr 278 wyrażenie *czas na* łączy się z rzeczownikiem *spotkanie* będącym określeniem serwisu informacyjnego oraz wprowadza nazwisko prowadzącego program. Określenie *spotkanie* ‘zdarzenie polegające na tym, że osoby zjawiają się w jakimś miejscu, aby następnie wspólnie spędzić ze sobą w jakiś sposób czas’ (WSJP) wzbudza pozytywne konotacje. Definiuje program informacyjny jako dostarczający rozrywki, interesujący i mniej oficjalny.

4.1.4 Pozostałe formuły wchodzące w skład ramy inicjalnej

W skład formuły inicjalnej wchodzi również czasowniki metatekstowe nazywające poszczególne etapy realizacji programu informacyjnego. Jest to na przykład czasownik *zaczynać* ‘przystępować do działania, wykonywać pierwszą, początkową część jakiejś

czynności' (USJP), wskazujący na początkową fazę programu. Komunikat ten ma charakter performatywny.

279.Spiker: Shawn Mendes w Radiu ZET, a w studiu *Wiadomości* Radia ZET jest Sławek Mierzejewski. Dzień dobry.

Sławomir Mierzejewski (prowadzący): Dzień dobry.

Spiker: **Zaczynamy** *Wiadomości* o trzynastej. [dżingiel]

Sławek Mierzejewski (prowadzący): Ponad czterystu frankowiczów składa pierwszy zbiorowy pozew przeciw Skarbowi Państwa. Sprawdzamy, co w nim jest. [ZET 24.06.2020 13:00]

Wśród czasowników metatekstowych można wyróżnić również grupę nazywającą proces tworzenia programu i wskazującą rolę prowadzącego program w procesie jego powstania. W jej skład wchodzi m.in. czasownik *przygotować* 'przyrzędzić (przyrzadzać), zrobić (robić) coś w określonym celu, tak, żeby było gotowe na czas, aby się nadawało do czegoś; zorganizować (organizować) zawczasu' (USJP) oraz *zebrać* 'zapoznać się z wieloma informacjami, opiniami na jakiś temat itp.' (SJP PWN). Oba czasowniki pełnią podobną funkcję do omówionego już wcześniej leksemu *przedstawić* – zapowiadają osobę prowadzącą serwis. Wskazują też na zakres obowiązków i prac wykonanych przez konkretnego prowadzącego – każdy dziennikarz „firmując” serwis swoim nazwiskiem, jest jednocześnie odpowiedzialny za treści w nim umieszczone. Nazywanie czynności, które dziennikarz musi wykonać w ramach opracowywania serwisu informacyjnego, kreuje pozytywny wizerunek prowadzącego jako osoby zaangażowanej i rzetelnej. Niekiedy przekaz ten wzmocniony jest przez wyrażenie przyimkowe *dla nas*, precyzujące cel wykonanej czynności i uwypuklające fakt, że wszystkie działania w ramach przygotowania serwisu są wykonane z myślą o odbiorcach radia. Obiekt tej czynności określony jest zaimkiem osobowym *my* lub *wy*, co jest charakterystyczne dla nieoficjalnej, bezpośredniej komunikacji. Wyrażenie przyimkowe *dla nas* jest wariantywną formą *my* inkluzywnego. W tym przypadku obiektem działań dziennikarzy są zarówno radiosłuchacze, jak i stacja. Ma to na celu zespojenie wspólnoty komunikacyjnej, w skład której wchodzi nadawca – stacja radiowa oraz odbiorca – wszyscy słuchający danej rozgłośni.

280.[dżingiel] Spiker: Powoli zbliżamy się do godziny szesnastej, czyli czas na *Wiadomości* Radia ZET.

Spikerka: A te *Wiadomości* **przygotowała dla nas** Anita Kurosat. Zapraszamy. [ZET 3.09.2020 16:00]

281.[dźwięki] Spiker: Przed nami dziesiąta. **Przed nami Fakty** w RMF FM. A *Fakty* przygotował i przedstawi Tomasz Staniszewski. Już przy swoim mikrofonie, a zatem zapraszamy. [kontynuacja dźwięka] [RMF 29.10.2019 10:00]

282.[dźwięki] Daniel Dyg (spiker): Powoli zbliża się trzynasta. Posłuchajmy zatem najświeższych Faktów w RMF FM, które przygotował **dla nas** i przedstawi Tomasz Staniszewski. [dźwięki] [RMF 27.10.2020 13:00]

283.Paweł Nadrowski (prowadzący): Nie zapominajmy też o kasku. W Polsce to obowiązkowe wyposażenie motocyklisty i pasażera. Sporo dzieje się w filmowym świecie. W Radiu ZET czas na najważniejsze *Wiadomości kulturalne*. **Zebrała je dla was Anita Kurosat**. *Wiadomości* Radia ZET wracają o trzynastej. [dźwięki i sponsor programu] [ZET 3.07.2020 12:00]

Formuły inicjalne mogą również przybierać mniej konwencjonalne formy. Jedną z nich jest nawiązanie w zapowiedzi serwisu do utworu muzycznego, który poprzedzał serwis, albo artysty wykonującego wyemitowany na antenie utwór.

284.Spiker: **Sunshine doprowadzili nas tanecznym krokiem do najnowszych Wiadomości w Radiu ZET. Darek Klimczak już przy mikrofonie.** [dźwięki]

Darek Klimczak (prowadzący): z okazji rocznicy wybuchu Powstania Warszawskiego... [ZET 1.08.2020 22:00]

285.Spiker: **Shawn Mendes w Radiu ZET, a w studiu Wiadomości Radia ZET jest Sławek Mierzejewski. Dzień dobry.**

Sławek Mierzejewski (prowadzący): Dzień dobry.

Spiker: **Zaczynamy Wiadomości** o trzynastej. [dźwięki] [ZET 24.06.2020 13:00]

Zdarzają się także komunikaty o charakterze intertekstualnym. W poniższym przykładzie nawiązano do kultowego westernu *w samo południe* z 1952 roku. Celem takiego zabiegu jest obniżenie napięcia i wprowadzenie swobodnej atmosfery.

286.[dźwięki] M: **No to czas na spotkanie w samo południe jak w westernach.** „Dzień dobry” mówimy Katarzynie Staszko...

Katarzyna Staszko (prowadząca): Wszystko się zgadza. Dzień dobry.

Prowadzący: ... i zapraszamy na *Fakty* o dwunastej.

[dźwięki] [RMF 21.04.2020 12:00]

Elementem ramy inicjalnej są również metatekstowe komunikaty o charakterze autopromocyjnym przedstawiające zalety serwisów stacji. Zjawiska te dotyczą wyłącznie stacji komercyjnych.

- 287.Prowadzący: **Mówimy o tym, co najważniejsze** – czas na *Wiadomości* Radia ZET. Dochodzi godzina dziewiąta. Paula Michalik i Sławek Mierzejewski. [dżingiel]
Sławek Mierzejewski (prowadzący): Mniej gości na weselach. [ZET 4.09.2020 9:00]
- 288.[dżingiel] Prowadząca: A na zegarze już prawie dziesiąta. Skoro tak, to przenosimy się do studia *Faktów* RMF FM. **Wszystko, co najważniejsze o tej porze**, ma dla nas Tomasz Staniszewski. Posłuchajcie. [kontynuacja dżingla] [RMF 24.06.2020 10:00]
- 289.Spiker: **W RMF FM zawsze czekają na Was sprawdzone i aktualne „Fakty”**. Dajcie głośniej, bo to już prawie dwunasta. Z nami ponownie Katarzyna Staszko. [dżingiel] [RMF 13.03.2020 12:00]
- 290.Spiker: **Najważniejsze fakty co pół godziny tylko w RMF FM**. Specjalnie dla was kolejne z nich punktualnie o siedemnastej przedstawi Katarzyna Staszko. Prosimy. [RMF 27.03.2020 17:00]

W przykładzie nr 287 pochodzącym ze stacji Radio ZET komunikat: *Mówimy o tym, co najważniejsze* podkreśla, że emitowane na antenie *Wiadomości* przekazują tylko te informacje, które są kluczowe dla odbiorców. Przykład nr 289, zawierający stwierdzenie: *W RMF FM zawsze czekają na Was sprawdzone i aktualne fakty* implikuje, że program informacyjny RMF FM jest przygotowywany rzetelnie i zawiera bieżące informacje. Tę presuponowaną treść podkreśla przysłówek *zawsze*, dzięki któremu nadawca wzmacnia przekaz i uwypukla wiarygodność informacji podawanych każdorazowo w serwisach tej rozgłośni. Innym językowym elementem autopromocyjnych komunikatów przedstawiających zalety serwisów informacyjnych stacji jest partykuła *tylko* ('partykuła ograniczająca odniesienie komunikowanego w zdaniu sądu do tych obiektów i stanów rzeczy, które są wymienione' SJP PWN). W stwierdzeniu: *Najważniejsze fakty co pół godziny tylko w RMF FM* wyróżnia się wyjątkowość programu informacyjnego stacji RMF na tle innych rozgłośni.

4.2 Formuły finalne

Zdaniem M. Marcjanik w skład formuł pożegnalnych w komunikowaniu radiowym i telewizyjnym wchodzi najczęściej podziękowania, pożegnania, zaproszenia, życzenia oraz powtórne przedstawienie się nadawcy.¹³ Badaczka wyróżnia trzy techniki stosowane przez nadawców w celu utrzymania jak najdłuższego kontaktu z odbiorcą. Nadawca radiowy ma zdecydowanie bardziej utrudnione zadanie, gdyż może to czynić wyłącznie kanałem dźwiękowym. By „zatrzymać odbiorcę”, informuje o terminie nadania następnej audycji

¹³ M. Marcjanik, op. cit., s. 127.

z danej serii, zaprasza do wysłuchania konkretnej audycji lub kolejno występującego programu, przypomina odbiorcy, jaka audycja jest obecnie przez niego słuchana.¹⁴ w analizowanych radiowych serwisach informacyjnych zamknięcie programu realizowane jest za pomocą niżej zaprezentowanych działań językowych.

Nieczęsta, ale tradycyjną i związaną z zasadami grzeczności językowej metodą finalizowania radiowych serwisów informacyjnych jest podziękowanie. Czasownik *dziękować* wyrażający wdzięczność nadawcy za wysłuchanie programu występuje w pierwszej osobie liczby pojedynczej i mnogiej. W przypadku *pluralis* osoba wypowiadająca podziękowanie czyni to w imieniu całej stacji radiowej, co podkreśla silne poczucie przynależności dziennikarza do rozgłośni, dla której pracuje.

291.Patryk Michalski (prowadzący): Tymczasem my już **dziękujemy**. Na kolejne Fakty zapraszamy w imieniu Magdaleny Opyt. [dźwiękiel *Radio. Muzyka. Fakty. RMF FM*] [RMF FM 16.01.2020 13:00]

292.Katarzyna Staszko (prowadząca): I tym niezwykłym podwodnym akcentem kończymy południowe wydanie *Faktów* RMF FM. Ja już **dziękuję** za uwagę, na kolejne zapraszam w imieniu Aleksandry Wojciechowskiej. [dźwiękiel *Radio. Muzyka. Fakty. RMF FM*] [RMF 13.03.2020 12:00]

Powszechnym językowym wyznacznikiem finału programu jest komunikat zawierający czasownik metatekstowy *kończyć* wskazujący na ostatnią fazę nadawanego programu. Komunikat ten jest aktem performatywnym oznajmującym dziejący się w chwili mówienia etap zakończenia programu.

293.Katarzyna Staszko (prowadząca): I tym niezwykłym podwodnym akcentem **kończymy** południowe wydanie „Faktów” RMF FM. Ja już dziękuję za uwagę, na kolejne zapraszam w imieniu Aleksandry Wojciechowskiej [dźwiękiel *Radio. Muzyka. Fakty. RMF FM*] [RMF 13.03.2020 12:00]

Często występującym sygnałem końca programów informacyjnych są zdania egzystencjalne, czyli wypowiedzenia „stwierdzające, że coś istnieje lub nie istnieje” (WSJP). Mogą one opisywać stany rzeczy w świecie pozajęzykowym.¹⁵ Ten typ komunikatów występuje w ramie finalnej serwisu Radia Maryja, Programu Trzeciego Polskiego Radia oraz Radia

¹⁴ Ibidem, s. 125-126.

¹⁵ *Encyklopedia językoznawstwa ogólnego*, red. K Polański, Wrocław 2003.

Niepokalanów, przy czym w przypadku ostatniej stacji komunikat ten nie jest wypowiedziany przez prowadzącego, a jest częścią dżingla zamykającego program.

- 294.Piotr Brzezina (prowadzący): **To był serwis informacyjny na antenie Radia Maryja.** Więcej informacji znajdą Państwo na stronie internetowej naszej rozgłośni. Przed nami jeszcze prognoza pogody. [dżingiel] [RM 8.01.2020 17:00]
- 295.Prowadzący: Po kilku godzinach do miasta wkroczyły oddziały polskie.
Prowadząca: **I to były wiadomości w Radiu Maryja.** [dżingiel] [RM 16.01.2020 14:00]
- 296.Prowadzący: Wydarzenie odbywa się w siedemdziesiątą piątą rocznicę pierwszej defilady, która odbyła się w Moskwie po kapitulacji Niemiec hitlerowskich i zakończeniu wojny.
Prowadząca: **Były to wiadomości w Radiu Maryja.** Po więcej odsyłamy na nasz portal internetowy. A teraz jeszcze prognoza pogody. [dżingiel zapowiadający pogodę] [RM 24.06.2020 10:00]
- 297.Prowadzący: **I to już wszystkie informacje w tym serwisie.** Po więcej zapraszamy w kolejnych. A nam na zakończenie pozostała prognoza pogody. [dżingiel zapowiadający pogodę] [RM 3.08.2020 10:00]
- 298.Prowadzący: **To były Wiadomości.** Przed nami jeszcze pogoda. [dżingiel pogodowy] [RM 22.10.2020 10:00]
- 299.Romuald Wójcik (prowadzący): **To był Serwis Trójki.** [dżingiel *Więcej informacji na portalu polskieradio24.pl*]. [PR3 29.01.2020 12:00]
- 300.Artur Ewertowski (prowadzący): **To był Serwis Trójki.** [dżingiel *Więcej informacji na portalu polskieradio.pl*] [PR3 31.07.2020 12:00]
- 301.Katarzyna Sowińska (prowadząca): Papieskie orędzie na 54. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu prezentowane jest każdego roku 24 stycznia we wspomnienie Świętego Franciszka Salezego, patrona dziennikarzy. [dżingiel *to były wiadomości Informacyjnej Agencji Radiowej*] [RN 24.01.2020 17:00]

Wyodrębnione wypowiedzi orzekają, że coś miało miejsce. W powyższych kontekstach mają również charakter metatekstowy. Opierając się na założeniu, że takie wypowiedzenia reumatyczne wskazują na realność czegoś lub kogoś, należy uznać, że omawiane konstrukcje są także kreacyjnym sposobem finalizowania serwisów, ponieważ wypowiedzenie egzystencjalne¹⁶ jest wyznacznikiem zakończenia serwisu i następstwa kolejnej audycji.

Inną techniką kończenia serwisu informacyjnego jest płynne przejście do kolejnego elementu ramówki poprzez komunikat informujący o nazwie lub tematyce programu, który właśnie następuje albo ma zaraz nastąpić.

¹⁶ Zdanie egzystencjalne to w logice ‘zdanie stwierdzające, że coś istnieje lub nie istnieje’ (por. WSJP).

302.Lucyna Płużyczka (prowadząca): **Teraz ekonomia w Radiu ZET. W studiu jest już Krzysztof Kiryłczuk.**

Krzysztof Kiryłczuk (reporter): Tak jest, dzień dobry, będzie o dopłatach za straty przez koronawirusa. [dźwięki serwisu, a potem dźwięki ekonomiczny] [ZET 30.07.2020 10:00]

303.Paula Michalik (prowadząca): Bezkonkurencyjny **Marcin Powidel za chwilę ze sportem.** [dźwięki i potem sport] [ZET 4.09.2020 9:00]

304.Ania Kowalczyk (prowadząca): **Teraz jeszcze informacje z dróg i Darek Klimczak.**

Darek Klimczak (reporter): Dzień dobry. Zapraszam na *ZET za kółkiem*. [dźwięki kończący serwis] [ZET 27.10.2020 13:00]

305.Prowadzący: Tą wiadomością zamykamy to wydanie. Kolejne informacje przekazemy o jedenastej.

Prowadząca: **A teraz na naszej antenie czas na prognozę pogody.**

[dźwięki zapowiadający pogodę] [RM 9.01.2020 10:00]

306.Prowadzący: Wydarzenie odbywa się w siedemdziesiątą piątą rocznicę pierwszej defilady, która odbyła się w Moskwie. Po kapitulacji Niemiec hitlerowskich i zakończenia wojny.

Prowadząca: Były to *Wiadomości* w Radiu Maryja. Po więcej odsyłamy na nasz portal internetowy. **A teraz jeszcze prognoza pogody.** [dźwięki zapowiadający pogodę] [RM 24.06.2020 10:00]

307.Prowadzący: I to już wszystkie informacje w tym serwisie. Po więcej zapraszamy w kolejnych. **A nam na zakończenie pozostała prognoza pogody.** [dźwięki zawierający pogodę] [RM 3.08.2020 10:00]

308.Prowadząca: I w południowych *Wiadomościach* Radia Maryja to już wszystkie informacje.

Prowadzący: **A teraz w naszym programie prognoza pogody.** [dźwięki zapowiadający pogodę] [RM 18.08.2020 12:00]

Zazwyczaj taki komunikat ma formę równoważnika zdania i zawiera przysłówek *teraz* ‘w chwili, w której nadawca mówi’ (WSJP) oraz leksem *jeszcze* ‘partykuła wyrażająca trwanie pewnego stanu rzeczy, choć można było się spodziewać jego zmiany’ (SJP PWN). Tak zbudowana wypowiedź informuje odbiorców, że program się jeszcze nie kończy, choć wcześniej pojawiły się sygnały zamknięcia (np. *To już wszystkie informacje*) i stanowi zaproszenie do pozostania przy radioodbiornikami. Programy następujące po serwisie ogólnym mają również charakter informacyjny i są to: prognoza pogody, informacje drogowe, wiadomości ekonomiczne lub sportowe.

W ramie finalnej wysoka frekwencja cechuje komunikaty o charakterze autopromocyjnym. Wśród charakterystycznych formuł finalnych pełniących taką funkcję należy wskazać na komunikaty zawierające zaproszenie na kolejny serwis informacyjny.

Składają się one z czasownika *zapraszać* w pierwszej osobie liczby pojedynczej lub mnogiej, co jest zazwyczaj zależne od liczby prowadzących dany serwis. Niekiedy zawierają informację, o której godzinie odbędzie się najbliższy serwis oraz kto go poprowadzi.

309.Patryk Michalski (prowadzący): Tymczasem my już dziękujemy. Na kolejne *Fakty* **zapraszamy** w imieniu Magdaleny Opyt. [dźwiękiel *Radio. Muzyka. Fakty. RMF FM*] [RMF FM 16.01.2020 13:00]

310.Katarzyna Staszko (prowadząca): I tym niezwykłym podwodnym akcentem kończymy południowe wydanie *Faktów* RMF FM. Ja już dziękuję za uwagę, na kolejne **zapraszam** w imieniu Aleksandry Wojciechowskiej [dźwiękiel *Radio. Muzyka. Fakty. RMF FM*] [RMF 13.03.2020 12:00]

311.Ewa Kwaśny (prowadząca): W *Faktach* za pół godziny kontrowersje wokół poluzowania ograniczeń związanych z epidemią w Czechach. **Zapraszam** na trzynastą trzydzieści. [dźwiękiel *Radio. Muzyka. Fakty. RMF FM*] [RMF 16.04.2020 13:00]

312.Prowadzący: I to już wszystkie informacje w tym serwisie. **Po więcej zapraszamy w kolejnych.** A nam na zakończenie pozostała prognoza pogody. [dźwiękiel zapowiadający pogodę] [RM 3.08.2020 10:00]

Komunikaty zapowiadające następne wydania serwisów zawierają rekomendację własnych programów. Bardzo często takie wypowiedzi składają się z przymiotnika *kolejne* określającego rzeczownik *informacje* lub nazwę programu.

313.Sebastian Misiuk (prowadzący): A Lewandowski i jego Bayern w Champions League zagrają już jutro. Rywalem Bawarczyków będzie Lokomotiv Moskwa, w którym grają Krychowiak i Rybus.

Anna Kowalczyk (prowadząca): **My spotkamy się zdecydowanie wcześniej.**

Sebastian Misiuk (prowadzący): **Kolejne Wiadomości Radia ZET już za godzinę.**

Anna Kowalczyk (prowadząca): Teraz jeszcze informacje z dróg i Darek Klimczak.

Dariusz Klimczak (reporter): Dzień dobry. Zapraszam na *ZET za kółkiem.*

[dźwiękiel kończący serwis] [ZET 27.10.2020 13:00]

314.Prowadzący: **Tą wiadomością zamykamy to wydanie. Kolejne informacje prześlemy o jedenastej.**

Prowadząca: A teraz na naszej antenie czas na prognozę pogody. [dźwiękiel zapowiadający pogodę] [RM 9.01.2020 10:00]

Przymiotnik *kolejne* ‘występujący w porządku następczym, jeden po drugim; następny’ (USJP) podkreśla powtarzalność występowania serwisu i stanowi zapewnienie kierowane

do odbiorcy, zgodnie z którym będzie on zawsze na bieżąco dzięki radiowym serwisom informacyjnym. Informacja jest jednym z najbardziej pożądanых elementów programów – to w głównej mierze ze względu na chęć zaktualizowania swojej wiedzy o świecie odbiorca sięga po „produkt medialny”, jakim są konkretne serwisy informacyjne. Zapowiedzi serwisów mogą przybrać formę równoważników zdań lub zdań, w których występuje czasownik w pierwszej osobie liczby mnogiej (*my* ekskluzywne) – przykład nr 312. Taka postać czasownika nie dookreśla wykonawcy czynności, którym mogą być dziennikarze odpowiedzialni za program, redakcja rozgłośni, a nawet każdy pracownik stacji. Implikowane w ten sposób jedność i jednomysłność stacji radiowej budują jej pozytywny wizerunek. W przykładzie nr 313 pojawia się, z kolei, *my* inkluzywne w komunikacie *My spotkamy się zdecydowanie wcześniej*, który jest zabawną repliką na informację na temat spotkania sportowego – jednocześnie stanowi zaproszenie do wysłuchania kolejnego wydania programu informacyjnego.

Zaproszenia występujące w ramie finalnej nie obejmują wyłącznie zachęty do wysłuchania kolejnego serwisu informacyjnego (który zazwyczaj odbywa się co pół godziny lub godzinę). Zawierają także prośbę wyrażoną w trybie rozkazującym o pozostanie przy radioodbiornikach. W poniższym przykładzie prośbę tę wyraża komunikat: *zostańcie z nami*.

315. Katarzyna Staszko (prowadząca): **Zostańcie z nami**, w kolejnych *Faktach* powiemy między innymi o tym, co zarejestrowała video pułapka na Babiej Górze w Beskidach. [dźwięki *Radio. Muzyka. Fakty. RMF FM*] [RMF 21.04.2020 12:00]

W ramach komunikatów o funkcji autopromocyjnej pojawiają się stwierdzenia informujące o tematyce newsów w kolejnych wydaniach programu. W przykładzie nr 310, zaprezentowanym poniżej, zwiastun informacji zawiera czasownik *usłyszeć* ‘dowiedzieć się czegoś z czyichś słów’ (WSJP). Czasownik ten swoją budową słowotwórczą odwołuje się do zmysłu słuchu, za pomocą którego radiosłuchacz odbiera informacje. Ponadto, jest to forma dokonana. Kategoria aspektu to: „opozycja dwóch różnych sposobów postrzegania akcji.”¹⁷ Znaczenie aspektu dokonanego wynika z całościowego ujęcia sytuacji będącej zdarzeniem.¹⁸ Ta kategoria gramatyczna wnosi w warstwę semantyczną czasownika następującą implikaturę: ‘dana czynność ma swój początek i koniec’.

¹⁷ M. Łaziński, *Wykłady o aspekcie polskiego czasownika*, Warszawa 2020, s. 51.

¹⁸ *Ibidem*, s. 51.

Dokonaność czynności wskazuje również przykład, w którym znajduje się czasownik *powiedzieć*, ‘wyrazić coś słowami, w mowie, mówiąc oznajmić coś komuś’ (USJP). Formy dokonane czasowników: *usłyszycie* i *powiemy* wskazują na terminantynowość zdarzenia.

Przykłady nr 317 i 319, z kolei, to równoważniki zdań, które w sposób dynamiczny, odpowiadający komunikacji radiowej, i bezosobowy, wskazują problematykę dopiero mających się pojawić informacji. Wszystkie te zapowiedzi stanowią niejako obietnicę daną radiosłuchaczowi, która z założenia zostanie dotrzymana.

316.Ewa Kwaśny (prowadząca): **O wszystkich laureatach usłyszycie w wieczornych *Faktach RMF FM***. [dźwięki Radio. Muzyka. Fakty. RMF FM] [RMF 9.03.2020 10:00]

317.Ewa Kwaśny (prowadząca): **W *Faktach* za pół godziny kontrowersje wokół poluzowania ograniczeń związanych z epidemią w Czechach**. Zapraszam na trzynastą trzydzieści. [dźwięki Radio. Muzyka. Fakty. RMF FM] [RMF 16.04.2020 13:00]

318.Katarzyna Staszko (prowadząca): **Zostańcie z nami, w kolejnych *Faktach* powiemy między innymi o tym, co zarejestrowała video pułapka na Babiej Górze w Beskidach**. [dźwięki Radio. Muzyka. Fakty. RMF FM] [RMF 21.04.2020 12:00]

319.Prowadzący: Michała trzymamy za słowo. *Fakty* RMF FM wracają o jedenastej. **Tam także *Fakty kulturalne***. [dźwięki Radio. Muzyka. Fakty. RMF FM] [RMF 11.09.2020 10:00]

Informację o kolejnych wydaniach serwisów informacyjnych wprowadza się również za pomocą komunikatów zawierających czasownik *wracać* ‘zacząć (zaczynać) robić coś ponownie, kontynuować coś po przerwie’ (USJP) – w tych konstrukcjach składniowych funkcję podmiotu pełni nazwa programu wraz z nazwą stacji. Dzięki temu zabiegowi odbiorca po raz kolejny słyszy nazwę rozgłośni, co wzmacnia i utrwala jego przywiązanie do danej stacji. Zdania zawierające omawiany czasownik pochodzą z rozgłośni komercyjnych, silnie nastawionych na autoreklamę.

320.Paweł Nadrowski (prowadzący): *Wiadomości* Radia ZET **wracają** punktualnie o trzynastej. W nich między innymi Liverpool, który jeszcze dziś może zostać mistrzem Anglii. Zapraszam w imieniu Karoliny Gajewskiej. [ZET 24.06.2020 12:00]

321.Paweł Nadrowski (prowadzący): Nie zapominajmy też o kasku. W Polsce to obowiązkowe wyposażenie motocyklisty i pasażera. Sporo dzieje się w filmowym świecie. W Radiu ZET czas na najważniejsze *Wiadomości kulturalne*. Zebrała je dla was Anita Kurosat. *Wiadomości* Radia ZET **wracają** o trzynastej. [dźwięki i sponsor programu] [ZET 3.07.2020 12:00]

322.Tomasz Staniszewski (prowadzący): Rozpoczęła się konferencja Państwowej Komisji Wyborczej. Czekamy zatem na kolejne oficjalne dane na temat wczorajszej pierwszej tury

wyborów prezydenckich. *Fakty wracają* punktualnie o dziesiątej trzydzieści. [dźingiel *Radio. Muzyka. Fakty. RMF FM*] [RMF 29.06.2020 10:00]

323. Prowadzący: Michała trzymamy za słowo. *Fakty RMF FM wracają* o jedenastej. Tam także *Fakty kulturalne*. [dźingiel *Radio. Muzyka. Fakty. RMF FM*] RMF 11.09.2020 10:00

Zastosowanie czasownika *wracać* wskazuje po pierwsze na powtarzalność i systematyczność radiowych serwisów informacyjnych, po drugie implikuje, że każdy pojedynczy program informacyjny jest elementem składowym cyklu audycji informacyjnych pojawiających się co godzinę, a nawet co pół godziny, gdy mowa o skróconej wersji serwisów.

Spośród autopromocyjnych formuł finalnych należy wymienić komunikaty zachęcające do zapoznania się ze stroną internetową rozgłośni lub zapoznania się z innego rodzaju przekazami medialnymi. To świadectwo szeroko rozpowszechnionego w mediach zjawiska, jakim jest konwergencja mediów, będąca „wzajemnym powiązaniem i przenikaniem się sieci telekomunikacyjnych, audiowizualnych i informatycznych”¹⁹. Pojęcie to ma bardzo szerokie znaczenie. Jedną z jego cech wyróżniających jest transmedialność rozumiana jako interakcja medialna odbywająca się za pomocą różnych platform medialnych. Konwergencja obejmuje również możliwość odtworzenia i przetworzenia przekazu przez wiele różnych urządzeń, wówczas mówi się o konwergencji technicznej. Współcześnie, aby być odbiorcą radiowym, nie trzeba mieć radioodbiornika, z tym samym przekazem radiowym można zapoznać się za pomocą internetu czy telefonu.

Konwergencja w radiowych serwisach informacyjnych dotyczy przede wszystkim możliwości poszerzenia treści przekazu poprzez zmianę urządzenia medialnego, co ważne – nadawca pozostaje bez zmian. Przykładowo stacja RMF FM zachęca radiosłuchaczy do obejrzenia zabawnego filmiku, odsłuchania całego wywiadu z gościem stacji oraz do skorzystania ze strony internetowej rozgłośni. Do stron internetowych odsyła również radio publiczne oraz Radio Maryja. Strona internetowa jest niejako kontynuacją radiowego serwisu informacyjnego. Brak takich odwołań cechuje Radio Niepokalanów, w którego programach informacyjnych, w porównaniu z pozostałymi badanymi stacjami, najmniej jest elementów autopromocyjnych.

324. Katarzyna Staszko (prowadząca): A po spotkaniu oko w oko z rekinem ucięły sobie drzemkę. To nie bajka, to *Fakty*. Na **poprawę humoru polecam film na RMF24.pl**. [dźingiel *Radio. Muzyka. Fakty. RMF FM i pogoda*] [RMF 27.03.2020 17:00]

¹⁹ *Słownik terminologii medialnej*, red. W. Pisarek, Kraków 2006, s. 105.

- 325.Ewa Kwaśny (prowadząca): **Cała rozmowa naszego dziennikarza Michała Dobrołowicza z ekspertem jest na portalu twojezdrowiermf24.pl. Polecamy.** [dżingiel *Radio. Muzyka. Fakty. RMF FM*] [RMF 29.06.2020 13:00]
- 326.Prowadzący: To był serwis informacyjny na antenie Radia Maryja. **Więcej informacji znajdą Państwo na stronie internetowej naszej rozgłośni.** Przed nami jeszcze prognoza pogody. [dżingiel] [RM 8.01.2020 17:00]
- 327.Prowadzący: Wydarzenie odbywa się w siedemdziesiątą piątą rocznicę pierwszej defilady, która odbyła się w Moskwie. Po kapitulacji Niemiec hitlerowskich i zakończeniu wojny.
Prowadząca: Były to *Wiadomości* w Radiu Maryja. **Po więcej odsyłamy na nasz portal internetowy.** A teraz jeszcze prognoza pogody. [dżingiel zapowiadający pogodę] [RM 24.06.2020 10:00]
- 328.Prowadzący: To były *Wiadomości*. Więcej informacji znajdziecie Państwo na www.radiomaryja.pl.
Prowadząca: A teraz prognoza pogody. [dżingiel zapowiadający pogodę] [RM 26.10.2020 13:00]
- 329.Romuald Wójcik: To był *Serwis Trójki*. [dżingiel **Więcej informacji na portalu polskieradio24.pl**] [PR3 29.01.2020 12:00]
- 330.Artur Ewertowski: To był *Serwis Trójki*. [dżingiel **Więcej informacji na portalu polskieradio.pl**] [PR3 31.07.2020 12:00]

Dość powszechną tendencją występującą w ramach finalnej części serwisów jest brak formuł informujących o zakończeniu serwisu informacyjnego. Po ostatnim zdaniu newsa od razu pojawia się dżingiel serwisu informacyjnego będący pozajęzykowym delimitatorem. Dzieje się tak sporadycznie w programach informacyjnych Radia ZET i Radia RMF FM, a tendencyjnie w Radiu Niepokalanów.

- 331.Anita Kurosat (prowadząca): Takie świadczenie honorowe to prawie cztery tysiące trzysta złotych. [dżingiel i pogoda] [ZET 3.09.2020 16:00]
- 332.Katarzyna Sobiechowska-Szuchta (prowadząca): Nowy Bond trafi do kin trzeciego kwietnia. [dżingiel *Radio. Muzyka. Fakty. RMF*] [RMF 7.01.2020 11:00]
- 333.Prowadząca: A ferie właśnie zaczęły się dla uczniów w kujawsko-pomorskim, wielkopolskim, lubuskim, świętokrzyskim i w Małopolsce. [dżingiel *Radio. Muzyka. Fakty. RMF FM*] [RMF 24.01.2020 17:00]
- 334.Karolina Michalik (prowadząca): Temperatura przy gruncie może spaść nawet do minus siedmiu stopni Celsjusza. [dżingiel *Radio. Muzyka. Fakty. RMF FM*] [RMF 27.03.2020 19:00]

335. Bogdan Zalewski (prowadzący): Obaj Słowacy przylecieli tym samym samolotem, mieli identyczne torby sportowe i czekali przed terminalem dwadzieścia metrów od siebie. [dżingiel *Radio. Muzyka. Fakty. RMF FM*] [RMF 15.09.2020 10:00]
336. Tomasz Staniszewski (prowadzący): Kliniczny przykład *touchdownu*. Pittsburgh Stiller wygrali dwadzieścia siedem do dwudziestu czterech. Dla Tytanów jest to pierwsza w sezonie porażka. [dżingiel *Radio. Muzyka. Fakty. RMF*] [RMF 26.10.2020 13:00]
337. Krzysztof Kaczmarczyk (prowadzący): Rosja, jak ocenił, powinna być silną republiką prezydencką. [dżingiel *to były wiadomości Informacyjnej Agencji Radiowej*] [RN 15.01.2020 13:00]
338. Katarzyna Sowińska (prowadząca): Papieskie orędzie na 54. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu prezentowane jest każdego roku 24 stycznia we wspomnienie Świętego Franciszka Salezego, patrona dziennikarzy. [dżingiel *to były wiadomości Informacyjnej Agencji Radiowej*] [RN 24.01.2020 17:00]
339. Dawid Grygorcewicz (reporter): Sporadycznie w smaźalniach dostaniemy jeszcze świeżego łososia, ale ten ostatni pochodzi przede wszystkim z hodowli w Norwegii. Małgorzata Miszczak (prowadząca): O czym informował Dawid Grygorcewicz. [dżingiel *to były Wiadomości Informacyjnej Agencji Radiowej*] [RN 12.07.2020 12:00]

W ramie finalnej zauważalne jest także częste pomijanie pożegnalnych zwrotów grzecznościowych, a w przypadku stacji katolickich niestosowanie, analogicznie do formuły inicjalnej, religijnych pozdrowień.

4.3 Dżingiel

Jednym z wyróżniających się elementów w komunikacji radiowej jest dżingiel²⁰. Choć jest krótko trwającym elementem ramówki, jego produkcja wymaga wiele wysiłku i uwagi.²¹ Dla komunikacji radiowej, której kod ograniczony jest tylko do sfery audialnej, pozajęzykowe dźwięki odgrywają istotną rolę w urozmaiceniu przekazu. Dżingiel pełni również ważne funkcje w radiowych serwisach informacyjnych.

Walery Pisarek definiuje dżingiel (ang. *jingle* ‘dzwonić, brzęczeć’) jako naturalny lub skomponowany znak radiowy.²² w żargonie radiowym dżingiel oznacza sygnał, przerywnik. Do innych znaków radiowych można zaliczyć: słowo, muzykę, ciszę, efekt akustyczny.

²⁰ W celu ujednoczenia i uporządkowania tekstu przyjmę spolszczony zapis terminu *dżingiel*. W takiej formie wyraz notowany jest w SJP PWN. Wyjątek stanowią cytaty, w których zachowano oryginalną pisownię.

²¹ U. Doliwa i in., *Sformatowany dżingiel czy formatowanie dżinglami. Analiza sygnałów dźwiękowych stacji radiowych*, w: *Gatunki i formaty we współczesnych mediach*, red. W. Godzic, A. Kozieł, J. Szyłko-Kwas, Warszawa 2015, s. 225.

²² *Słownik terminologii medialnej*, op. cit., s. 46.

Dżinglem może być fragment utworu muzycznego lub kilka taktów, fraz, sekwencji muzycznych.

Z punktu widzenia semiotyki istnieją następujące funkcje dżingla:

- identyfikacja stacji lub programu, osoby (dzwonek św. Mikołaja), miejsca (hejnał), marki lub produktu (w reklamie);
- urozmaicenie programu i wzbogacenie jego formy;
- ustalanie rytmu audycji i wskazanie na format audycji.²³

O dodatkowej funkcji dżingla pisze Jan Beliczyński, który definiuje termin ten jako: „krótki (zazwyczaj trwający około 10 sekund) śpiewany tekst na podkładzie muzycznym (*single-song/stations song*); słowno-muzyczna identyfikacja stacji radiowej (główny *jingiel* stacji) lub czołówka serwisu informacyjnego, bloku programowego, audycji radiowej, konkursu i quizu radiowego.”²⁴ Definicja ta uwypukla krótkość trwania tego znaku, a także wskazuje na to, że jego koniecznym elementem jest tekst. J. Beliczyński traktuje dżingiel również jako łącznik między utworami muzycznymi, wstęp do nowego programu i zakończenie sekcji programowej.

Zazwyczaj tekst dżingla stanowią: nazwa stacji, częstotliwości lub hasło reklamowe. Ze względu na długość trwania dżingla można wyróżnić dżingle: *jingle short* (jego długość wynosi do 10 sekund), *jingle middle* (10-15 sekund) oraz *jingle long* (powyżej 15 sekund).²⁵

Popularna encyklopedia mass mediów dżingiel definiuje jako „krótką formę dźwiękową (trwającą od kilku sekund do minuty) tworzoną do wielokrotnego emitowania, oddającą klimat i oblicze stacji radiowej.”²⁶ do lat 60. dżingle trwały znacznie dłużej. Składają się one ze słów, muzyki i efektów akustycznych. Pełnią między innymi funkcje: łącznika pomiędzy piosenkami, wstępu do nowego programu, kurtyнки zamykającej moduł programu oraz reklamy stacji i konkretnego programu. Poza tym dżingle ubarwiają i nadają tempo audycjom, a także mogą wypełnić niespodziewaną ciszę na antenie radia wynikającą głównie z problemów technicznych. Produkcją dżingli zajmują się profesjonalne firmy i agencje reklamowe, które współpracują z popularnymi kompozytorami, muzykami, piosenkarzami, aktorami czy lektorami. Na przykład dżingle stacji RMF FM zostały wyprodukowane w Stanach Zjednoczonych. Warte uwypuklenia jest to, że atrakcyjność dżingli znacząco decyduje o popularności stacji.²⁷

²³ Ibidem, s. 46.

²⁴ J. Beliczyński, *Słownik pojęć z zakresu radia i reklamy radiowej*, Kraków 2007, s. 56.

²⁵ J. Beliczyński, op. cit., s. 56.

²⁶ *Popularna encyklopedia mass mediów*, red. J. Skrzypczak, Poznań 1999, s. 115.

²⁷ Ibidem, s. 115.

G. Stachyra pisze, że we współczesnym radiu dżingle są powszechne. Jej zdaniem są to formy gatunkotwórcze, ponieważ znacząco wpływają na identyfikację ram gatunków radiowych, będących ich formalnym zwieńczeniem, a także zwracają uwagę na stylistyczną formułę programu.²⁸ z tego powodu umieszczam fragment dotyczący dżingli w rozdziale poświęconym ramie tekstowej, choć mam świadomość, że w analizowanych przeze mnie programach dżingle pełnią również funkcję przerywnika o charakterze autopromocyjnym. Ma to miejsce w stacjach komercyjnych oraz w Radiu Maryja. Zdaniem G. Stachyry współcześnie obecność dżingli w radiu jest oczywista. Mają one istotny wpływ na rozpoznawalność początku i końca różnych programów radiowych, będąc elementem ich ramy, ale także podkreślają charakter audycji.²⁹

Zagadnieniem dżingli zajmuje się również zespół badawczy z Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego pod kierunkiem Urszuli Doliwy. Naukowcy wskazują na wiele istotnych działań dżingli w przebiegu komunikacji radiowej. Po pierwsze, wyróżniają się one znacząco od reszty programu. Po drugie, wymagają uwagi słuchacza. Po trzecie, nadają znaczenie konkretnemu programowi. Za J. Kreutzfeldtem³⁰ badacze z Olsztyna podają, że dżingiel wprawia słuchacza w odpowiedni nastrój, za Sangildem³¹ zwracają uwagę, że dżingle oddzielają jedną część audycji od drugiej, co wydaje się być poza identyfikacją stacji głównym celem ich stosowania. Oprócz tego dżingle dynamizują komunikację radiową.³²

U. Doliwa wraz z zespołem przeprowadziła m.in. analizy, których głównym celem było sprawdzenie, na ile dżingle identyfikujące polskie stacje radiowe są dopasowane do formatu i charakteru danej stacji. Przebadane przez nich dżingle cechuje prosta forma przekazu oraz linia melodyczna, badania jednak pokazały, że pewne odstępstwa od schematu widoczne są w stacjach radia publicznego (np. dżingiel identyfikujący Program Pierwszy Polskiego Radia) i w stacjach niekomercyjnych, dla których cele zarobkowe nie są najważniejsze. W odniesieniu do warstwy słownej dżingli odnotowano brak środków stylistycznych uatrakcyjniających przekaz, a większość sloganów stanowiących uzupełnienie dżingla identyfikacyjnego została określona jako epifonemy, czyli figury stylistyczne, które kończą wypowiedź poprzez wykrzyknienie streszczające sens wywodu. Odstępstwem od standardów tworzenia dżingli (prosty przekaz słowny) jest dżingiel Radia Niepokalanów,

²⁸ G. Stachyra, *Perspektywy badania współczesnej genologii radiowej*, „Acta Universitatis Lodziensis. Folia Litteraria Polonica”, 2017 (39), s. 55-58.

²⁹ Ibidem, s. 58.

³⁰ J. Kreutzfeldt, *Stedts lyd. Radioreportagen og den auditive grammatik*, [w:] *Radioverdener. Auditiv kultur, historie og arkiver*, red. E.G. Jensen i in., Aarhus 2015.

³¹ T. Sangild, *Radio signature analysis – Radiolab*, „SoundEffects”, vol. 2 nr 1.

³² U. Doliwa i in., *Sformatowany dżingiel czy formatowanie dżinglami. Analiza sygnałów dźwiękowych stacji radiowych*, op. cit., s. 226-227.

który składa się z pięciowersowego wiersza³³ o charakterze sielankowym. Badacze sugerują, że komunikat kreuje wizerunek stacji odmiennej niż komercyjne, pozbawionej pośpiechu, bezcelowego podążania za modą, dającej odbiorcy poczucie spokoju i melancholii.³⁴

Hasła reklamowe występujące w obrębie dżingla określane są mianem *promosów*. Termin *promos* jest skrótem od angielskiego słowa *promotional* lub *promotion*. W kontekście mediów i reklamy *promos* odnosi się do krótkich materiałów promocyjnych lub reklamowych, które mają na celu przyciągnięcie uwagi odbiorców i zachęcenie ich do skorzystania z określonego produktu, usługi, wydarzenia lub treści. Promosy są często wykorzystywane w telewizji, radiu, kinie i internecie. Mają za zadanie przekazać najważniejsze informacje o danej ofercie lub wydarzeniu w atrakcyjny sposób, aby zainteresować potencjalnych klientów lub odbiorców. Mogą zawierać dynamiczne obrazy, grafiki, dźwięk, muzykę, efekty specjalne oraz narrację, aby wzmocnić przekaz i przyciągnąć uwagę. Celem *promosów* występujących w ramach dżingla radiowego jest zarówno promowanie samej stacji lub programu, jak i generowanie zainteresowania i angażowania słuchaczy. Poprzez powtarzanie rozpoznawalnych dźwięków i treści stacje radiowe starają się budować swoją markę i przyciągać regularną publiczność. Warto podkreślić, że w radiu *promosy* i dżingle mogą być używane zamiennie lub być częścią większej strategii promocyjnej, aby skutecznie komunikować i promować treści oraz marki w środowisku radiowym.

Nad funkcją dżingli w przekazach medialnych pochyliła się także Ewa Szkudlarek-Śmiechowicz. Uważa ona, że dźwiękowe sygnały w radiu, będące niewerbalnymi delimitatorami początku i końca, przede wszystkim pełnią funkcję demarkacyjną. Z kolei jej zdaniem wizyjno-dźwiękowe czołówki w telewizji oprócz funkcji rozgraniczającej pełnią również funkcję nominatywną, deskryptywną oraz pragmatyczną.³⁵ Warto jednak zauważyć, że przyjęta przeze mnie definicja dżingla zakłada nieobligatoryjną obecność tekstu werbalnego, zatem można stwierdzić, że dżingle zawierające *promosy* odgrywają podobną rolę, co wspomniane wyżej wizyjno-dźwiękowe czołówki telewizyjne. Zatem dżingle oprócz wyznaczania granic programu, utożsamiają program z konkretną stacją, pełnią funkcję nazewniczą, wskazują na charakter i treści programu oraz pełnią funkcje promocyjne. Wykaże to poniższa prezentacja dżingli występujących w analizowanych przeze mnie

³³ Pełny tekst dżingla brzmi następująco: „Nad leśną łąką unoszą się żurawie. Jeden z drugim wnet spadnie i wyląduje w trawie. Więc nawet ty, jeśli masz ból brzucha, katar i bóle głowy, to do słuchania radia jesteś gotowy. Do słuchania Radia Niepokalanów zachęcał poeta ludowy”.

³⁴ Ibidem, s. 243-244.

³⁵ E. Szkudlarek-Śmiechowicz, *Tekst w radiowej i telewizyjnej debacie politycznej. Struktura – spójność – funkcjonalność*, Łódź 2010, s. 95.

programach informacyjnych. Moim zdaniem współcześnie rzadko już występują dżingle pozbawione warstwy językowej. Z tego względu podczas analizy należy uwzględnić koniecznie element werbalny, który bardzo często stanowi odzwierciedlenie albo wyjaśnienie dźwięków lub uzupełnienia melodii występujących w dżinglach. Sama ścieżka dźwiękowa może nie być wystarczającym elementem identyfikującym przekaz medialny z radiostacją.

Dżingle stanowią ważny element radiowych audycji, dlatego też zdecydowałam się na ich krótkie omówienie. Ze względu na językoznawczo-genologiczny charakter tej pracy i brak kompetencji do badania dźwięku i muzyki pomijam badanie dżingli pod kątem ich warstwy muzycznej, choć odgrywa ona równie ważną rolę, co warstwa słowna.³⁶ Analiza lingwistyczna tych dżingli, które stanowią ramę delimitacyjną programu, została przeprowadzona we wcześniejszych rozdziałach poświęconych formułom finalnym i inicjalnym.

4.3.1 Przykłady dżingli i ich umiejscowienie w strukturze programów

Dżingiel, wbrew pozorom, to niezwykle istotny element programu radiowego. Również w strukturze radiowych serwisów informacyjnych odgrywa znaczącą rolę. Dlatego też w kolejnej części zaprezentuję umiejscowienie dżingli i ich funkcję w analizowanych programach. Dokonam także opisanie komunikatów językowych stanowiących warstwę werbalną dżingli.

4.3.1.1 Program Pierwszy Polskiego Radia

W Programie Pierwszym Polskiego Radia dżingle w znacznej mierze mają formę muzyczną i są pozbawione warstwy słownej. Występują jako melodia, a ich długość zależna jest od umiejscowienia sygnałów dźwiękowych w programie. Zawsze na początku emitowana jest dłuższa sekwencja muzyczna, która pełni funkcję inicjalną. Na jej tle odczytywana jest formuła inicjalna, np. *Minęła 17.00. tu Program Pierwszy Polskiego Radia*. Melodia ta towarzyszy spikerowi również w trakcie odczytywania zapowiedzi wiadomości. Po każdym skrócie zapowiadającym jeden news pojawia się krótki charakterystyczny sygnał muzyczny wyróżniający się na tle głównej melodii. Gdy dochodzi do prezentacji newsów, melodia zostaje wyciszona. Ta sama muzyka pojawia się także na końcu, informując o zakończeniu programu, zatem oba dżingle pełnią funkcję demarkacyjną. Jeden z dżingli zawierających

³⁶ U. Doliwa i in., *Sformatowany dżingiel czy formatowanie dżinglami. Analiza sygnałów dźwiękowych stacji radiowych*, op. cit., s. 225 .

przekaz słowny występuje na końcu programu i brzmi następująco: *To były Aktualności Programu Pierwszego Polskiego Radia*. Oprócz tego, że pełni on funkcję demarkacyjną, ma zidentyfikować audycję z jej nazwą oraz z konkretną rozgłośnią. Co ważne, zdanie to jest odczytywane przez lektora „na żywo”. Pomiedzy poszczególnymi informacjami nie ma muzycznych wyróżników.

4.3.1.2 Program Trzeci Polskiego Radia

W Programie Trzecim Polskiego Radia kwestia sygnałów dźwiękowych kształtuje się podobnie jak w Programie Pierwszym. Przed rozpoczęciem programu następuje dzingiel zapowiadający serwis, którego melodia podobna jest do tej emitowanej na antenie Programu Pierwszego. Na tle wyciszonej muzyki spiker odczytuje skrót wiadomości. Potem głośność melodii jest na chwilę zwiększona, a następnie dochodzi do odczytania newsów, pomiędzy którymi nie ma sygnałów dźwiękowych informujących o rozpoczęciu nowej wiadomości. Na koniec programu lektor odczytuje stałą formułę finalną: *To był „Serwis” Trójki*. Następnie emitowany jest dzingiel słowno-muzyczny zawierający stały (nagrany) tekst: *Więcej informacji na portalu polskieradio24.pl*, mający charakter autopromocyjny.

4.3.1.3 RMF FM

W komercyjnej rozgłośni RMF FM cały serwis informacyjny obudowany jest melodią, co wiąże się z założeniem programowym stacji, którym jest rozrywka. Serwis rozpoczyna się dzinglem, który jednocześnie informuje o wybicciu pełnej godziny oraz o rozpoczęciu serwisu. Na tle tej melodii lektor w sposób swobodny, niekonwencjonalny i kreatywny podaje czas nadawania program, jego nazwę oraz prezentuje prowadzącego. Potem pojawia się głos prezentera, który odczytuje zapowiedzi newsów na tle wyciszonej, ale rytmicznej muzyki. Następnie odczytywane są newsy, którym również towarzyszy melodia. Sposobem na rozgraniczenie części zapowiadającej newsy od części głównej i poszczególnych newsów jest chwilowe pogłośnienie melodii. Niekiedy przed wiadomością pojawia się dzingiel słowno-muzyczny odnoszący się do prezentowanych faktów. Oto kilka przykładów tekstów należących do tego dzingla. Bazując na zebranych materiale, można stwierdzić, że średnia częstotliwość występowania promosów wynosi około dwa na jeden serwis.

1. *To także są fakty* – tekst ten występuje przed newsem o charakterze ciekawostki, który może mieć małe znaczenie społeczno-polityczne. Zawiera on grę słowną, gdyż

brzmienie leksemu *fakty* może odnosić się do wyrazu pospolitego, oznaczającego ‘coś, co zaszło lub zachodzi w rzeczywistości’ (WSJP) oraz do nazwy audycji.

2. ***Najnowsze odkrycia naukowe w Faktach RMF FM*** – promos ten zapowiada kolejny news w programie informacyjnym, który ma dotyczyć ciekawych odkryć naukowych. Zapowiadany w ten sposób news ma charakter bardziej rozrywkowy i może być tak zwanym *fait divers* (po polsku taki news funkcjonuje pod nazwą *miczałek*³⁷). Określenie *odkrycia naukowe* zostało uzupełnione o przymiotnik *nowy* w najwyższym stopniu, co służy podkreśleniu aktualności prezentowanych faktów. Zestawienie tego sformułowania z wyrażeniem przyimkowym w *Faktach RMF*, składającym się z nazwy programu i stacji, ma przekazać komunikat, iż tylko w tym programie radiosłuchacz jako pierwszy zdobędzie ciekawe informacje i dzięki tej radiostacji będzie najlepiej poinformowanym odbiorcą medialnym.
3. ***Trzymamy się faktów*** – kolejny promos nawiązuje do innej cechy dobrej informacji dziennikarskiej, którą obok wskazanej wyżej aktualności jest wiarygodność. Na wiarygodność przekazu medialnego radia RMF FM wskazuje zestawienie czasownika *trzymać się* (‘zachowywać wyznaczony kierunek’ SJP PWN) w pierwszej osobie liczby mnogiej (odczytywany jako „my” ekskluzywnie, czyli nadawca medialny wykluczający wspólnotę odbiorców) z rzeczownikiem *fakty*. Komunikat ten kreuje wizerunek rzetelnego twórcy programów informacyjnych. Ze względu na zawartą w haśle grę słów opartą o wieloznaczność brzmienia leksemu *fakty* (z jednej strony mowa o sprawdzonych informacjach, z drugiej słowo odnosi się do nazwy programu), promos ten można również interpretować w nawiązaniu do serwisu informacyjnego RMF. Wówczas forma *trzymamy się* ma charakter *my* inkluzywnego i oznacza wspólnotę komunikacyjną nadawców i odbiorców, którzy jeśli będą czerpać informacje z radia RMF FM, staną się najlepiej poinformowanymi odbiorcami.
4. ***Reporterzy RMF FM najbliżej faktów*** – tak jak powyższy promos dzingiel ten pełni funkcję przerywnika pomiędzy newsami. Wiarygodność i bezstronność nadawcy medialnego kreowana jest poprzez zastosowanie metafory, zgodnie z którą dziennikarze stacji RMF FM zawsze prezentują newsy w sposób najbardziej

³⁷ *Michałek* to nazwa środowiskowa określająca krótką, nieistotną informację o charakterze zabawnym, mającą na celu zapelnąć strukturę serwisu lub złagodzić poważne przekazy w innych newsach. (por. <https://flesz.amu.edu.pl/fleszedu/michalek/>, [10.12.2023]).

szczegółowy i rzetelny. Hasło to dyskredytuje innych twórców medialnych, którzy rzekomo nie posiadają tak doskonałego warsztatu dziennikarskiego jak pracownicy rozgłośni RMF FM. Potwierdza to panującą na rynku medialnym silną konkurencyjność między podmiotami nadawczymi.

5. **Nowe fakty o koronawirusie w RMF FM** – dżingiel, oprócz celów autopromocyjnych, zapowiada tematykę kolejnego newsa, którą jest koronawirus. Przymiotnik *nowe* ma podkreślać aktualność przekazywanych informacji dotyczących pandemii, wówczas najbardziej istotnego tematu dla odbiorców.
6. **Postaw na Fakty** – hasło to oparte jest na podobnym mechanizmie co promos nr 3, ponieważ ponownie wykorzystana jest wieloznaczność brzmienia słowa *fakty*. Dzięki zastosowaniu formy trybu rozkazującego w liczbie pojedynczej przekaz ten ma charakter bardziej zindywidualizowany. Z jednej strony hasło sugeruje, że radiosłuchacz powinien zaufać rozgłośni RMF FM, z drugiej odwołuje się do standardów odbiorcy, zgodnie z którymi powinien on wymagać od mediów jak najlepiej opracowanych przekazów.
7. **Popołudniowa/poranna rozmowa w RMF FM** – jedne z porannych i popołudniowych wydań serwisów radia RFM kończą się wywiadem publicystycznym. Dżingiel ten pełni funkcję zapowiedzi właśnie tej części programu.
8. **Najświeższe fakty tylko w RMF FM** – w promosie zastosowano przymiotnik *świeży* w stopniu najwyższym w jego potocznym znaczeniu: ‘taki, który niedawno powstał lub pojawił się’ SJP PWN. Stanowi on synonim do słowa *nowy*. Z kolei, przy nazwie stacji użyty został leksem *tylko* będący ‘partykułą ograniczającą odniesienie komunikowanego w zdaniu sądu do tych obiektów i stanów rzeczy, które są wymienione’ SJP PWN. Implikuje to przekaz, że żadna inna stacja poza RMF FM nie podaje najnowszych informacji. Promos ten może wzmacniać poczucie wyjątkowości odbiorców, skoro słuchają programu informacyjnego RMF FM.
9. **Fakty z bliska** – promos ten składa się z frazy przysłówkowej z *bliska* oznaczającej ‘z małej odległości’ albo ‘bezpośrednio i bardzo dokładnie’ (WSJP). Ten metaforyczny komunikat pełni funkcję autopromocyjną – kreuje bardzo pozytywny wizerunek

twórców programu informacyjnego, którzy są zawsze w centrum istotnych wydarzeń, dzięki czemu mogą prezentować informacje w sposób rzetelny i dokładny.

10. **Raport reporterów RMF FM** – dżingiel ten zapowiada część programu informacyjnego, w której wypowiadają się reporterzy. W nazwie występuje pojęcie *raport*, które brzmi bardzo specjalistyczne i oznacza: ‘sprawozdanie z jakichś prac lub relacja o stanie czegoś’ (SJP PWN). W dżinglu zastosowano zabieg stylistyczny zwany paronomazją, definiowaną jako: „zestawienie podobnie brzmiących słów (...), uwydatniające ich znaczeniową bliskość, obcość lub przeciwieństwo.”³⁸ Paronomazja posiada liczne funkcje, stanowi między innymi podstawę gry słów.³⁹ Taki dżingiel kreuje profesjonalny wizerunek rozgłośni radiowej.
11. **Cieszą nas takie Fakty** – taki promos pojawił się przed informacją dotyczącą wręczenia certyfikatów *Przebojowej firmy RMF FM*. Czasownik nazywający stany psychiczne człowieka (*cieszyć się* ‘odczuwać radość’ WSJP) ujawnia istnienie emocjonalnej strony nadawcy medialnego, który zdaje się być już nie nastawioną na zysk instytucją, ale grupą ludzi przeżywających różne stany emocjonalne i z zaangażowaniem podchodzących do wykonywanej pracy.
12. **Liczy się tylko Twoje zdrowie** – hasło to nie pełni funkcji zapowiedzi kolejnej części ramówki ani nie promuje w sposób bezpośredni programu informacyjnego RMF FM. Ma za zadanie wykreować pozytywny wizerunek rozgłośni radiowej, która w szczególnym czasie pandemii SARS-CoV-2 troszczy się o zdrowie każdego odbiorcy. Użycie zaimka *twoje* określającego pojęcie *zdrowie* ma sprawić, że odbiorca odczyta komunikat jako spersonalizowany. Co więcej, w dobie pandemii w sposób szczególny ujawniła się społeczna rola mediów polegająca na kształtowaniu w odbiorcach właściwych postaw. W tamtym czasie było to zabieganie o ochronę zdrowia swojego i jednocześnie całego społeczeństwa. Promos ten może pełnić również funkcję edukacyjną.
13. **Twoje zdrowie w „Faktach” RMF FM. Trwa dyżur eksperta** – ten promos dotyczy podobnej tematyki co powyższy. Po pierwsze, zapowiada sekcję tematyczną w serwisie informacyjnym. Po drugie, znaczącą rolę odgrywa czasownik *trwać*

³⁸ *Słownik terminów literackich*, red. J. Sławiński, Wrocław 2002, s. 375.

³⁹ *Ibidem*, s. 375.

w czasie terażniejszym oraz leksem *ekspert*. Forma czasownika sugeruje, że ta część programu nadawana jest na żywo i słuchacz będzie miał okazję usłyszeć najnowsze informacje. O profesjonalności i rzetelności treści prezentowanych w tej sekcji serwisu ma świadczyć słowo *ekspert*, oznaczające ‘osobę mającą gruntowną wiedzę w jakiejś dziedzinie’ (WSJP). Dodatkowo słowo *dyżur* (‘pełnienie obowiązków zawodowych lub społecznych w określonym czasie, według ustalonego trybu’ SJP PWN) z jednej strony odnosi się do zawodowego środowiska dziennikarzy, z drugiej do lekarzy.

14. ***Pogoda dla słuchaczy w RMF FM*** – dzingiel ten informuje o kolejnej części ramówki, którą jest prognoza pogody. Zastosowane wyrażenie przyimkowe *dla słuchaczy* uwypukla ekskluzywność wspólnoty komunikacyjnej, do której należą nadawcy stacji RMF FM i jej odbiorcy.

Jak pokazują powyższe przykłady, ze względu na chwytliwą nazwę programu informacyjnego RMF twórcy tekstów dzingli bazują przede wszystkim na wieloznaczności leksemu *fakty*. Bogata treść promosów, zróżnicowana forma i ich wysoka frekwencja budują pozytywny wizerunek rozgłośni RMF FM i jej programu informacyjnego, który cechuje: profesjonalizm, wiarygodność, rzetelność, szybkość przekazywania informacji, dobre relacje z odbiorcą

A. Garcarek, omawiając informację w radiu komercyjnym, pisze, że dzingle pełniące funkcje promosów podkreślają rolę przekazywanych wiadomości.⁴⁰ Koniec serwisu w Radiu RMF FM obwieszcza dzingiel zawierający hasło rozgłośni, nawiązujące do jej nazwy, *Radio. Muzyka. Fakty RMF FM*. Co ciekawe, w przypadku radia RMF FM głos odczytujący tekst dzingli jest powszechnie rozpoznawalny, gdyż osobą tą jest Krystyna Czubówna, polska lektorka i dziennikarka znana przede wszystkim jako lektorka filmów przyrodniczych.

4.3.1.4 Radio ZET

W Radiu ZET brak dwóch różnych melodii – jednej informującej o wybiciu pełnej godziny, drugiej zapowiadającej serwis. Wynika to zapewne z faktu, że program informacyjny nie stanowi funkcjonującej poza rozgłośnią audycji, a jest jej spójnym elementem. Po paśmie reklam rozpoczyna się serwis, następnie prowadzący odczytuje skrót newsów, czemu towarzyszy ściszona melodia. Następnie pojawia się stały śpiewany tekst: *Minęła właśnie ... w Radiu ZET*, do którego pełną godzinę podaje prowadzący. Podkreśla to aktualność

⁴⁰ A. Garcarek, op. cit., s. 121

i autentyczność komunikacji radiowej. Potem prowadzący odczytują newsy, którym nadal towarzyszy melodia. Tak jak w programach RMF, w Radiu ZET pomiędzy newsami jest pogłaśniana muzyka, co pełni funkcję demarkacyjną. W obrębie serwisów Radia ZET występują również charakterystyczne dżingle pełniące przede wszystkim funkcję autopromocyjną. Z zebranego materiału wynika, że średnia częstotliwość występowania promosów wynosi 1-2 na jeden serwis. Różnorodność ich formy jest mniejsza niż w przypadku radia RMF FM, ale frekwencja występowania podobna. Oto przykłady:

1. ***O tym powinieneś wiedzieć*** – dżingiel ten pojawia się przed newsem zawierającym bardziej znaczącą informację. Pełni on funkcję fatyczną – mając na uwadze, że radio określa się mianem medium towarzyszącego, dżingiel ten ma przykuć uwagę słuchacza i wyróżnić jakiegoś newsa. Wyrażenie przyimkowe *o tym* zawierające zaimkę nieokreślony buduje atmosferę tajemnicy i wzbudza ciekawość odbiorcy, który zapragnie sprawdzić, o czym powinien się dowiedzieć. Ponadto zastosowanie czasownika modalnego *powinieneś* sprawia, że Radio ZET wchodzi w rolę doradcy. Z drugiej jednak strony taki komunikat może sugerować, że inne newsy są mniej istotne, a więc niegodne uwagi.
2. ***To ci się przyda*** – jest to kolejny dżingiel, który pełni funkcję fatyczną. Również zawiera zaimkę wskazujący odnoszący się do tego, co ma dopiero nastąpić. Czasownik *przydać się* ('okazać się użytecznym' WSJP) uwypukla pragmatyczny charakter prezentowanych newsów. Warto zauważyć, że zarówno w przykładzie nr 1, jak i 2 zastosowano formę liczby pojedynczej czasownika oraz zaimka, co wywołuje wrażenie indywidualnego postrzegania odbiorcy i ma budować intymną relację.
3. ***To są „Wiadomości” Radia ZET*** – dżingiel ten składa się z wyrażenia egzystencjalnego, które należy rozumieć jako zdanie informujące o istnieniu danej rzeczy, osoby bądź zjawiska w pewnych okolicznościach. Zdania egzystencjalne składają się z czasowników: *być, istnieć, bytować* tudzież *egzystować*, które w wypowiedzeniu pełnią funkcję orzeczenia werbalnego, oraz poprzedzającego je podmiotu.⁴¹ Zdanie takie ma, po pierwsze, identyfikować emitowany program z konkretną nazwą programu i radiostacji; po drugie, pełni funkcję przerywnika na nowo przykuwającego uwagę odbiorcy.

⁴¹ J. Wojtysiak, *O wyrażeniach egzystencjalnych*, „Filozofia Nauki”, 1996 (15), s. 118.

4. **Takie są „Wiadomości” Radia ZET** – konstrukcja tego dżingla jest podobna do poprzedniego, funkcję podmiotu pełni jednak inny zaimek wskazujący – *taki*, będący ‘zaimkiem odnoszącym się do cechy danych osób lub przedmiotów, o której była wcześniej mowa’ (SJP PWN). Dżingiel ma podkreślić cechy programu informacyjnego Radia ZET i wiadomości w nim prezentowanych. Promos w zebranych materiałach pojawił się przed newsami, które mówiły między innymi o: kampanii informacyjnej w sprawie podpalania traw i nieużytków, o wrocławskich strażnikach miejskich, którzy jeżdżą po mieście i z ukrycia nagrywają kierowców łamiących przepisy drogowe lub ludzi pozostawiających śmieci na dzikich wysypiskach, a także o zaangażowaniu ludzi w miejski wolontariat podczas pandemii. Zestawienie takiego dżingla z newsami dotyczącymi kwestii społecznych ma na celu wykreowanie pozytywnego wizerunku stacji, która dba o dobro publiczne. Co więcej, dżingiel może być także pretekstem do stosowania gier językowych. Na przykład jeden z newsów, który następuje po haśle: *Takie są wiadomości Radia ZET*, rozpoczyna się od słów prezentera: *A w nich bezinteresowna pomoc*. Służy to emocjonalizacji przekazu, a także zwróceniu uwagi słuchaczy.
5. **Blisko Ciebie, obiektywne i niezależne - takie są „Wiadomości” Radia ZET** – dżingiel ten przede wszystkim pełni funkcję autopromocyjną i podkreśla jakość prezentowanych newsów w programie. Radio ZET, tak jak RMF FM, również wykorzystuje wieloznaczność brzmienia swojej nazwy, ponieważ słowo to może się również odnosić do definicji wiadomości rozumianych jako ‘przekazywane przez media informacje dotyczące ważnych spraw bieżących’ (WSJP). Przymiotniki *obiektywne i niezależne* są synonimami.
6. **Wszystko co istotne** – jest to dżingiel, który przedstawia serwis informacyjny Radia ZET jako zawierający tylko ważne informacje. Wynika to przede wszystkim z zastosowania zaimka *wszystko*, którego znaczenie zakłada, że każdy z newsów prezentowanych w Radiu ZET jest istotny. Dżingiel ten pojawia się w przy newsach, które rzeczywiście mają duże znaczenie polityczno-gospodarcze (np. O plebiscycie w Rosji dotyczącym zmiany konstytucji), ale również przy newsach mających charakter ciekawostek, tzw. *fait divers* (np. news o przygotowywaniu przez Muzeum Sztuk Użytkowych wystawy na temat przełomu lat osiemdziesiątych i dziewięćdziesiątych, zawierający prośbę o zaangażowanie słuchaczy z Poznania w zbieranie rekwizytów). Dżingiel ten pełni też zatem funkcję fatyczną.

7. *Czerwony telefon Radia ZET 321321100* – jest to dzingiel przypominający słuchaczom, że jeżeli są świadkami ważnych wydarzeń, mogą poinformować o tym redakcję informacyjną. Trudno ocenić, jaki jest rzeczywisty wkład odbiorców radiowych w kreowanie serwisów informacyjnych. Wiarygodny dziennikarz zazwyczaj podaje źródło informacji, jednak w zebranych przeze mnie materiale rzadko pojawia się komunikat mówiący o tym, że dana informacja pochodzi od radiosłuchacza. Można zatem wnioskować, że *Czerwony telefon* odgrywa przede wszystkim funkcję promocyjną i tworzy pozór zaangażowania radiosłuchacza w komunikację radiową. Oddziałująca jest także sama nazwa *Czerwony telefon*. Użyty przymiotnik ma znaczenie metaforyczne. Czerwień budzi zarówno pozytywne, jak i negatywne skojarzenia, jednak w tym kontekście czerwony jest kolorem ostrzegawczym⁴².

Koniec serwisu wyznacza sama melodia do tekstu *Minęła właśnie ... [podanie godziny]*.

4.3.1.5 Radio Maryja

W Radiu Maryja przed dzinglem zapowiadającym serwis zazwyczaj pojawia się dzingiel informujący o wybiciu pełnej godziny oraz ustna zapowiedź programu i prowadzącego. Newsy w Radiu Maryja odczytywane są bez podkładu muzycznego, co zapewne wiąże się z wiekiem grupy docelowej odbiorców. Większość newsów nie jest oddzielona żadnym sygnałem dźwiękowym. Wyjątek stanowią newsy odnoszące się do informacji zagranicznych, przed którymi ma miejsce krótki sygnał pełniący funkcję demarkacyjną. Serwis kończy się formułą finalną, o której była mowa we wcześniejszych podrozdziałach. Po niej zazwyczaj następuje dzingiel zapowiadający kolejną audycję w ramie programowej, np. prognozę pogody.

4.3.1.6 Radio Niepokalanów

Tak jak w większości stacji, o pełnej godzinie pojawia się melodia mająca na celu identyfikację nadawanego programu całodziennego z konkretną stacją. Zanim rozpocznie się serwis spiker radiowy zazwyczaj podaje nazwę rozgłośni oraz czas nadawania audycji. Od czasu do czasu werbalnie zapowiada serwis. Potem pojawia się dzingiel zarezerwowany dla programu informacyjnego, w którego tle po wyciszeniu prowadzący odczytuje zapowiedź

⁴² I. Gatkowska, *Konotacje koloru w testach swobodnych skojarzeń słownych w ciągu pięćdziesięciu lat. Studium porównawcze*, „Polonica”, 2020 (40), s. 65.

newsów. Zanim zostaną zaprezentowane informacje, na tle melodii programu pojawia się tekst *Wiadomości Informacyjnej Agencji Radiowej*, który ma zidentyfikować serwis informacyjny z jego rzeczywistym twórcą. Następnie lektor odczytuje newsy w ciszy. Dziennikarz odczytujący newsy robi pomiędzy każdą oddzielną wiadomością znaczącą pauzę, która pełni funkcję demarkacyjną. Na koniec serwisu pojawia się słowno-muzyczny dżingiel: *To były Wiadomości Informacyjnej Agencji Radiowej*, który ma pełnić funkcję finalną i identyfikacyjną.

4.4 Podsumowanie i wnioski

Postać ramy jest bardzo zróżnicowana dla analizowanych programów informacyjnych – w obrębie jednego serwisu informacyjnego trudno wskazać powtarzający się schemat sygnałów początku i końca. Mimo to można wyodrębnić elementy stanowiące kanoniczny wariant ramy gatunku. Są to: sygnał dźwiękowy, nazwa programu informacyjnego i radiostacji, prezentacja prowadzącego (imię i nazwisko) oraz skrót wiadomości⁴³. Wariant alternacyjny ramy inicjalnej tworzą natomiast: formuły powitalne, zaproszenie do wysłuchania serwisu, komunikaty metatekstowe oraz komunikaty autopromocyjne.

Trudno wskazać kanoniczne segmenty ramy finalnej, ponieważ dynamika komunikacji radiowej sprawia, że nie występuje jednorodny sposób finalizowania serwisu. Można do nich zaliczyć jedynie dżingiel stanowiący melodię lub melodię z tekstem słownym. Alternacyjna rama końca zawiera: zaproszenie (na kolejny serwis lub następną audycję radiową), zapowiedź (newsów w kolejnym wydaniu), formuły metatekstowe i autopromocyjne – występują one również w ramie inicjalnej. Dodatkowo w formułach finalnych występuje podziękowanie. Chociaż na początku programu nadawca wita się z odbiorcą, to na koniec serwisu nie żegna się z nim ze względu na zachowanie ciągłości komunikacji radiowej.

Tab. nr 14: *Elementy kanoniczne ramy tekstowej w analizowanych stacjach*⁴⁴

Rama inicjalna	Rama finalna
----------------	--------------

⁴³Skrót wiadomości można również potraktować jako element głównej części serwisu albo część graniczną pomiędzy wprowadzeniem a newsami. Jednakże ze względu na zapowiadającą i autopromocyjną funkcję skrótu wiadomości zaliczam ten segment do ramy inicjalnej. Rolą wprowadzenia w tekście jest zachęcenie odbiorcy do dalszego zapoznawania się z nim. Należy przy tym dodać, że funkcja fatyczna komunikatów nie jest zarezerwowana jedynie dla tej części tekstu.

⁴⁴Zaproponowana przeze mnie klasyfikacja materiału w obrębie kanonicznych i alternacyjnych elementów ramy tekstowej nie jest rozłączna, ponieważ niektóre komunikaty mogą należeć jednocześnie do wielu zaproponowanych grup.

<ol style="list-style-type: none"> 1. Dźwięki. 2. Nazwa programu radiostacji. 3. Przedstawienie się lub przedstawienie prowadzącego przez innego spikera. 4. Skrót wiadomości. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dźwięki.
--	---

Źródło: oprac. własne, na podstawie: M. Pokorska, *Delimitatory inicjalne i finalne w radiowych serwisach informacyjnych*, [w:] *Współczesne media. Dziennikarstwo jakościowe*, Lublin 2023, s. 163-176.

Tab. nr 15: *Elementy alternacyjne ramy tekstowej w analizowanych stacjach*

Rama inicjalna	Rama finalna
<ol style="list-style-type: none"> 1. Powitanie. 2. Zaproszenie (do wysłuchania serwisu). 3. Komunikaty o funkcji metatekstowej. 4. Komunikaty o funkcji autopromocyjnej. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Zaproszenie (na kolejne wydanie serwisu lub inną audycję). 2. Podziękowanie. 3. Zapowiedź treści kolejnych serwisów. 4. Komunikaty o funkcji metatekstowej. 5. Komunikaty o funkcji autopromocyjnej.

Źródło: oprac. własne, na podstawie: M. Pokorska, *Delimitatory inicjalne i finalne w radiowych serwisach informacyjnych*, [w:] *Współczesne media. Dziennikarstwo jakościowe*, Lublin 2023, s. 163-176.

Należy zaznaczyć, że najbardziej zróżnicowana struktura ram inicjalnych i finalnych dotyczy komercyjnych programów informacyjnych. Prowadzący serwisy w stacjach niepublicznych posiadają dużą swobodę w tworzeniu komunikatów językowych wchodzących w część ramy delimitacyjnej. Ich językowe sygnały początku i końca są mało schematyczne i świadczą o dużej kreatywności językowej. Ponadto w serwisach komercyjnych zauważa się wyeksponowanie odbiorcy w komunikatach inicjalnych i finalnych. Forma językowa i treść komunikatów podkreślają dużą rolę adresanta w procesie tworzenia komunikacji medialnej. Zabiegi te są jednak podporządkowane komercyjnemu charakterowi rozgłośni, która w różnorodny sposób stara się przykuć i zatrzymać uwagę odbiorcy. Można zatem stwierdzić, że ramy przeanalizowanych serwisów informacyjnych

korespondują z charakterem rozgłośni. W stacjach publicznych i w stacjach katolickich rama ogranicza się do tych elementów, które pełnią funkcję informacyjną i identyfikacyjną. Wyjątkiem jest Radio Maryja, w którym uwypuklony jest autopromocyjny charakter ramy, choć w nie tak dużym stopniu, jak w przypadku ramy programów Radia ZET i Radia RMF FM.

Szczególną uwagę należy zwrócić na sygnały dźwiękowe, które często występują z określonym komunikatem językowym, mające duże znaczenie dla delimitacji gatunku. Bardzo często dzingle są jedynym elementem zamykającym serwis. Ich podstawową funkcją jest zatem funkcja demarkacyjna – rozgraniczająca⁴⁵. Dodatkowo pełnią one funkcję informacyjną (zawiadamiają o końcu programu), identyfikacyjną i rozrywkową (uatrakcyjniają przekaz). Niektórym dzinglom towarzyszy komunikat językowy podkreślający atuty określonego serwisu – wówczas dodatkowo mają one charakter autopromocyjny.

Rama delimitacyjna w komunikacji medialnej odgrywa bardzo ważną rolę – to jeden z najważniejszych elementów budujących gatunek medialny. Jej forma może mieć duży wpływ na to, czy odbiorca, pozostanie uczestnikiem określonej komunikacji medialnej. Rama gatunku jest zatem przestrzenią, którą twórca przekazów medialnych powinien wykorzystać w sposób efektywny, aby stworzyć relację z odbiorcą.

Tworząc radiowe serwisy informacyjne, należy brać pod uwagę nie tylko specyfikę komunikacji radiowej, ale również założone intencje słuchacza, który *a priori* jest świadomym odbiorcą programów informacyjnych i założenia programowe rozgłośni. Komunikacja medialna ewoluuje, a współczesne gatunki medialne ulegają transformacji, wynikającej przede wszystkim z dostosowywania się do zmian technologicznych i społecznych. Na podstawie przeprowadzonej analizy należy stwierdzić, że na kanoniczną ramę inicjalną składają się następujące elementy: dzingiel, przedstawienie (się), zaproszenie do komunikacji medialnej, zapowiedź tego, co będzie w serwisie – temu służy skrót wiadomości. Ważny element ramy stanowią elementy autopromocyjne. Ich zastosowanie jest zasadne ze względu na bardzo dużą konkurencję stacji radiowych i programów informacyjnych.

Radiowe programy informacyjne należy traktować jako całość rozpoznawalną genologicznie, czyli przekaz o określonej tożsamości gatunkowej, jednakże jednocześnie powinny one tworzyć spójną część całodobowego przekazu medialnego. Wszystkie tekstowe

⁴⁵ E. Szkudlarek-Śmiechowicz, op. cit., s. 98.

elementy wchodzące w skład ramy mają określony i rozpoznawalny gatunkowo potencjał, co oznacza, że wszelkie zaprezentowane przeze mnie sygnały delimitacyjne mają swoje gatunkowe i komunikacyjne uzasadnienie.⁴⁶ Jak pisze E. Szkudlarek-Śmiechowicz, choć inicjalne i finalne formuły bywają schematyczne i powtarzalne, to jednak pełnią znaczące funkcje spójnościowe i tekstotwórcze, a obecność grzecznościowych zachowań językowych uwarunkowana jest społecznym odbiorem przekazu.⁴⁷

⁴⁶ Tekst podsumowania rozdziału częściowo pochodzi z mojego artykułu pt. *Delimitatory inicjalne i finalne w radiowych serwisach informacyjnych – analiza pragmatyczno-strukturalna*, [w:] *Współczesne media. Dziennikarstwo jakościowe*, t.2, red. Iwona Hoffman, D. Kępa-Figura, Lublin 2022, s. 163-173.

⁴⁷ E. Szkudlarek-Śmiechowicz, op. cit., s. 98.

5. Radiowy serwis informacyjny jako gatunek w formie kolekcji

Pośród nadrzędnych tematów badawczych podjętych w niniejszej dysertacji znajduje się między innymi problematyka parametrów gatunkowych radiowych serwisów informacyjnych. Główne zjawiska zachodzące we współczesnych mediach, takie jak: konwergencja, komercjalizacja oraz aktywizacja odbiorców uruchomiły procesy modernizacji tradycyjnych mediów i powstania nowych. Mechanizmy te dotyczą także transformacji struktury gatunków występujących w mediach.

Jak pisze M. Ślawska, tym, co określa i wyróżnia każdy gatunek, są jego komponenty (wyznaczniki), które są osadzone w planie kompozycyjnym, stylistycznym i poznawczym tekstu oraz dostrzegalne w relacjach nadawczo-odbiorczych.¹ Oznacza to, że da się wyodrębnić spośród różnych medialnych przekazów teksty o określonej funkcji komunikacyjnej. Jednakże jak zauważa G. Stachyra we współczesnych mediach zachodzi dynamiczna transformacja medialnych wytworów wynikająca z konwergencji mediów². Do tego poglądu przychyliła się W. Pisarek, podkreślając, że granice między gatunkami dziennikarskimi są płynne, a cechy gatunkowe nieustannie ulegają modyfikacjom w czasie i przestrzeni w wyniku czynników kulturalnych, ekonomicznych, politycznych i technologicznych.³

Niniejszy rozdział będzie stanowił próbę udowodnienia powyższych stwierdzeń na przykładzie radiowego serwisu informacyjnego, który złożony jest z innych gatunków medialnych, przez co możemy go uznać za gatunek w formie kolekcji. Gatunki będące elementami serwisów radiowych są charakterystyczne również dla innych typów mediów, np. prasy czy telewizja, oraz nie ograniczają się jedynie do gatunków informacyjnych, ale również do publicystycznych i pogranicznych.

5.1 Klasyfikacja gatunków medialnych

Badania medioznawcze ukierunkowane na genologiczny aspekt komunikacji medialnej porządkują komunikaty medialne ze względu na formę przekazu i miejsce publikacji.

¹ M. Ślawska, *Typologie gatunków medialnych – przegląd stanowisk*, „Forum Lingwistyczne” 2017 (4), s. 17.

² G. Stachyra, *Perspektywy badania współczesnej genologii medialnej*, „Acta Universitatis Lodzianis. Folia Litteraria Polonica”, 2017 (39), s. 49.

³ W. Pisarek, *Gatunek dziennikarski: informacja*, „Zeszyty Prasoznawcze” 1993 (3/4), s. 156-159.

Jednakże jedną z najstarszych propozycji klasyfikacji jest podział utworzony przez Jacka Maziarskiego, który wyróżnił gatunki: językowe, obrazowe, językowo-obrazowe.⁴

Wyróżniając gatunki ze względu na medium, wydziela się gatunki: prasowe, radiowe, telewizyjne oraz internetowe. Klasyfikację tę proponują K. Wolny-Zmorzyński i Andrzej Kaliszewski, a także Urszula Żydek-Bednarczuk.⁵ Jak twierdzi M. Ślawska, podział ten jest uzasadniony, ponieważ miejsce publikacji, kanał przekazu i medium istotnie wpływają na charakterystykę gatunków.⁶

Ze względu na to, iż wyznacznikiem strukturalnej odrębności gatunków jest ich funkcja i pozycja podmiotu mówiącego, W. Pisarek wyróżnia gatunki informacyjne, publicystyczne i pograniczne.⁷

Tab. nr 16: Przykłady gatunków informacyjnych, publicystycznych i pogranicznych

gatunki informacyjne	gatunki publicystyczne	gatunki pograniczne
wzmianka (<i>flash, news</i>), notatka (informacja), zapowiedź, infografia, <i>fait divers</i> , sprawozdanie, relacja, raport, korespondencja, biogram (główka, sylwetka, postać), reportaż, fotoreportaż, <i>feature</i> ⁸ , przegląd prasy, infografika.	artykuł publicystyczny, artykuł wstępny, felieton, komentarz, recenzja, esej, reportaż problemowy.	wywiad, debata (dyskusja), <i>talk-show</i> , czat, hipertekst, blogi reportażowe.

Źródło: opracowanie własne na podstawie: *Słownik terminologii medialnej*, op. cit., s. 66, 67.

Gatunki informacyjne z założenia posiadają następujące cechy:

⁴ J. Maziarski, *Gatunki dziennikarskie*, [w:] *Encyklopedia wiedzy o prasie*, red. J. Maślanka, Wrocław 1976, s. 90.

⁵ U. Żydek-Bednarczuk, *Zmiany w zachowaniach komunikacyjnych a nowe odmiany językowe (odmiana medialna)*, [w:] *Język w mediach. Antologia*, red. I. Loewe, M. Kita, Katowice 2012, s. 24-31.

⁶ K. Wolny-Zmorzyński, A. Kaliszewski, s. 32.

⁷ *Słownik terminologii medialnej*, red. W. Pisarek, Kraków 2006, s. 66.

⁸ *Feature* „oznacza relację, która oprócz podstawowych faktów o rzeczywistości realnej zawiera szczegóły uboczne dla tworzące niejako tło informacyjne. (...) *Feature* odmiennie niż reportaż (w reportażu kompozycja jest bardzo luźna; możliwość stosowanie inwersji) zwykle ujmuje fakty zgodnie z chronologią, opisuje zdarzenia w sposób zdawkowy, wybiórczy. (...) *Feature* odtwarza rzeczywistość tak, jak ją widzą różni uczestnicy, czasem kontrowersyjnie wobec siebie nastawieni. Czytelnik nie wyczuwa obecności autora *feature'a*. (...) Forma *feature'a* powoli wypiera reportaż.” (por. *Słownik terminologii medialnej*, op. cit.).

1. Ich podstawowym celem jest „publiczne informowanie o aktualnych wydarzeniach w sposób obiektywny bez subiektywnego wartościowania.”⁹
2. Teksty informacyjne powinny poszerzać wiedzę odbiorców na temat rzeczywistości w sposób maksymalny.
3. Podmiot jest ukryty i bezstronny. Jest zobligowany do bycia rzeczowym i skrajnie obiektywnym.
4. Język tekstów informacyjnych ma być komunikatywny, a także wolny od elementów stylistycznych charakterystycznych dla innych stylów niż informacyjny (m. in. kolokwialnych, regionalnych, osobniczych).
5. Przekazy informacyjne winny uwzględniać potrzeby i interesy wszystkich grup społecznych.¹⁰

Liczne badania¹¹ dotyczące użycia języka w komunikacji medialnej pokazują jednoznacznie, że współczesne przekazy medialne o charakterze informacyjnym nie spełniają wyżej wskazanych wyznaczników informacyjności.

Z kolei gatunków publicystycznych dotyczą następujące założenia:

1. Ich zadaniem jest „publiczne informowanie o ważnych społecznie wydarzeniach, ale połączone z interpretacją rzeczywistości, wyjaśnieniem, odnoszeniem się do szerszych kontekstów, także z subiektywną, lecz motywowaną oceną, prognozowaniem na podstawie faktów”.¹²
2. Zadaniem tekstów publicystycznych jest pogłębianie i problematyzowanie wiedzy o rzeczywistości.
3. Podmiot jest widoczny i słyszalny. Może podlegać autokreacji podporządkowanej stawianej w tekście tezie.¹³

Typologią gatunków ze względu na ich funkcję: informacyjne (faktografia) i publicystyczne (interpretacja rzeczywistości) zajmowali się także inni badacze – Andrzej Kozieł, Aleksander Wilkoń, Janina Frasz, Kazimierz Wolny-Zmorzyński, Zbigniew Bauer.

M. Ślawska stworzyła zestawienie propozycji przyporządkowania gatunków do informacyjnych lub publicystycznych na podstawie ujęcia Z. Bauera, J. Frasz oraz K. Wolnego-Zmorzyńskiego i A. Kaliszewskiego.

⁹ Ibidem, s. 66.

¹⁰ Ibidem, s. 66-67.

¹¹ Wykazują to między innymi M. Steciąg w swojej monografii *Informacja, wywiad, felieton*, op. cit. oraz M. Grzelka i A. Kula (por. *Współczesny news telewizyjny – o dwóch strategiach w informowaniu. Istotność i interwencyjność*, [w:] *Współczesne media. Media informacyjne*, t. 2, op. cit., s. 217-224).

¹² Ibidem, s. 67.

¹³ Ibidem, s. 67-68.

Tab. nr 17: *Typologie gatunków medialnych: gatunki informacyjne i publicystyczne*

Gatunki	Zbigniew Bauer	Janina Fras	K. Wolny-Zmorzyński, A. Kaliszewski
Informacyjne	Zapowiedź wzmianka notatka sprawozdanie życiorys sylwetka kronika wydarzeń przegląd prasy *wywiad *reportaż	wzmianka (sygnał, news) notatka wiadomość sprawozdanie sylwetka (portret) zapowiedź kronika wydarzeń przegląd prasy	wzmianka (<i>flesh</i> , news) notatka (informacja, <i>infotainment</i>) infografika zapowiedź <i>fait divers</i> sprawozdanie raport korespondencja życiorys (sylwetka, postać, główka) przegląd prasy reportaż fabularny fotoreportaż (<i>pictorial</i>) <i>feature</i> blogi reportażowe
Publicystyczne	komentarz edytorial artykuł publicystyczny esej recenzja felieton dyskusja (debata)	komentarz artykuł wstępny artykuł felieton dziennik	artykuł artykuł wstępny reportaż problemowy felieton komentarz recenzja esej dziennik powieść w odcinkach nekrolog nowela dokumentalna <i>reality show</i>
informacyjno- publicystyczne			wywiad debata list do redakcji odpowiedź na list do redakcji <i>talk-show</i> hipertekst czat

publicystyczno-literackie		reportaż	
---------------------------	--	----------	--

Źródło: M. Ślawska, *Typologie gatunków medialnych – przegląd stanowisk*, „Forum Lingwistyczne”, 2017(4), s. 22-23.

K. Wolny-Zmorzyński oraz A. Kaliszewski¹⁴ wyróżnili grupę gatunków informacyjno-publicystycznych, która jest zbliżona do klasy gatunków pogranicznych wyróżnionych przez W. Pisarka¹⁵. Według Z. Bauera¹⁶ kluczowymi gatunkami informacyjnymi należącymi do sfery dziennikarskiej są: wzmianka, notatka, sprawozdanie, życiorys, sylwetka, kronika wydarzeń, przegląd prasy oraz zapowiedź. J. Fras¹⁷ proponuje dodatkowo pojęcie wiadomości, którą definiuje jako rozbudowaną notatkę. K. Wolny-Zmorzyński i Kaliszewski rozszerzają tę kategorię o infografię, infografikę, *fait divers*, raport, korespondencję, fotoreportaż (*pictorial*), *feature*, blogi reportażowe oraz reportaż fabularny.

Z kolei, w grupie gatunków publicystycznych można wyróżnić: komentarz, artykuł publicystyczny, esej, recenzję, felieton, dyskusję (debatę). K. Wolny-Zmorzyński i A. Kaliszewski¹⁸ dodają do tego zestawienia: dziennik, powieść w odcinkach, nekrolog oraz reportaż problemowy. Poglądy autorów na temat klasyfikacji reportażu i wywiadu są zróżnicowane. Z. Bauer uważa je za „skomplikowane gatunki informacyjne”¹⁹. Natomiast K. Wolny-Zmorzyński i A. Kaliszewski²⁰ klasyfikują reportaż fabularny jako gatunek informacyjny, a reportaż problemowy jako gatunek publicystyczny. J. Fras²¹ traktuje reportaż jako gatunek publicystyczno-literacki i nie przypisuje wywiadu do żadnej z tych kategorii. W. Pisarek²² wskazuje na fakt, że wywiad i reportaż mogą być uważane za gatunki mieszanego charakteru, posiadające cechy zarówno gatunków informacyjnych, jak i publicystycznych, a nawet literackich. K. Wolny-Zmorzyński i A. Kaliszewski²³ grupują

¹⁴ K. Wolny-Zmorzyński, A. Kaliszewski, *Podstawowe pojęcia oraz problemy dotyczące rodzajów i gatunków dziennikarskich*, [w:] K. Wolny-Zmorzyński, A. Kaliszewski, W. Furman, *Gatunki dziennikarskie. Teoria, praktyka, język*, Warszawa 2006, s. 34.

¹⁵ W. Pisarek, *Gatunek dziennikarski: informacja prasowa*, op. cit., s. 156-159.

¹⁶ Z. Bauer, *Gatunki dziennikarskie*, [w:] *Dziennikarstwo i świat mediów*, op. cit., s. 266-273.

¹⁷ J. Fras, *Dziennikarski warsztat językowy*, Wrocław 2005, s. 85.

¹⁸ K. Wolny-Zmorzyński, A. Kaliszewski, op. cit., s. 34.

¹⁹ Z. Bauer, *Dziennikarstwo wobec nowych mediów. Historia. Teoria. Praktyka*, Kraków 2009, s. 268.

²⁰ K. Wolny-Zmorzyński, A. Kaliszewski, op. cit., s. 34.

²¹ J. Fras, *O typologii wypowiedzi medialnych i dziennikarskich*, Wrocław 2013s. 89-90.

²² W. Pisarek, *Gatunek dziennikarski: informacja prasowa*, op. cit., s. 157.

²³ K. Wolny-Zmorzyński, A. Kaliszewski, W. Furman, *Gatunki dziennikarskie. Teoria. Praktyka. Język.*, Warszawa 2006, s. 31.

wywiad, debatę, list do redakcji oraz odpowiedź na list do redakcji, talk-show, hipertekst i czat jako gatunki informacyjno-publicystyczne.²⁴

Gatunki informacyjne zawsze zmiernają w stronę publicystyki, m.in. przez wyłanianie się refleksji z zaprezentowanych faktów, a także w wyniku tego, że informacja docelowo służy uogólnieniu lub pogłębieniu. Gatunki publicystyczne natomiast sięgają do literatury pięknej poprzez puentyzację rzeczywistości, osiągnięcie wymiaru uniwersalnego uogólnienia, a także stworzenie kreacji dziennikarza jako jednostki wybitnej i wyjątkowej.²⁵

W tradycyjnej typologii gatunków medialnych wyróżnia się również gatunki pograniczne, które po części odgrywają rolę informacyjną, po części publicystyczną. Ten rodzaj gatunków skupia się na prezentowaniu faktów przy ich jednoczesnym komentowaniu przez wykorzystaniu poglądów różnych osób. Co więcej, ich przekaz może mieć emocjonalny charakter. Do gatunków pogranicznych K. Wolny-Zmorzyński, A. Kaliszewski oraz W. Furman zaliczają: wywiad, debatę (dyskusję) oraz hipertekst, który oprócz cech informacyjnych i publicystycznych posiada również właściwości interakcyjne.²⁶

K. Wolny-Zmorzyński, A. Kaliszewski oraz W. Furman, biorąc pod uwagę rozwój mediów, wskazali nową typologię, która wynika ze stwierdzenia, iż miejsce publikacji, kanał informacji i nośnik wpływają istotnie na poetykę gatunków, np. na cechy formalne i kompozycyjne. Poza funkcjonowaniem rodzajów gatunków dziennikarskich wyróżnili oni odmiany rodzajowe, a wśród nich: odmianę prasową, radiową, telewizyjną i internetową.²⁷

Gatunki dziennikarskie występujące w obrębie poszczególnych rodzajów przenikają się wzajemnie bez destruktywnego wpływu na teksty, co świadczy o tym, że nie ulegają one silnej konwencjonalizacji. Owe przenikanie się rodzajów sprawia, że powstają nowe odmiany gatunkowe, np. *infografia*, *reality-show*, *czat*, *blogi reportażowe*. Pojawienie się nowych form publikacji w sposób naturalny spowodowało, że gatunki prasowe zostały przeniesione do przekazów radiowych, telewizyjnych czy internetowych, dostosowując się do cech miejsca publikacji. Odmiany rodzajowe charakteryzują się poszczególnymi właściwościami.

- 1) Odmiana prasowa – kluczową rolę w przekazie prasowym odgrywa właściwy dobór słów, który pomoże odbiorcy wyobrazić sobie opisywaną rzeczywistość. Lepszą percepcję przekazu prasowego mogą wzmocnić fotografie.
- 2) Odmiana radiowa – efekty dźwiękowe, pełniące te same funkcje co fotografia w przekazie medialnym, uzupełnia słowo. Dają one odbiorcy poczucie pośredniego

²⁴ M. Ślaska, *Typologie gatunków medialnych – przegląd stanowisk*, op. cit., s. 22-24.

²⁵ K. Wolny-Zmorzyński, A. Kaliszewski, W. Furman, op.cit., s. 31.

²⁶ Ibidem, s. 31-32.

²⁷ Ibidem s. 31-32.

uczestnictwa w emitowanych programach czy rozmowach. W przypadku serwisów informacyjnych odbiorca odnosi wrażenie jakby przekaz był kierowany wyłącznie do niego, co powoduje iluzję bliskości i intymności.

- 3) Odmiana telewizyjna – jej przekaz wzmocniony jest o obraz przedstawiony okiem kamery. Dźwiękowo-obrazowa percepcja pozwala odbiorcy oderwać się od swojej rzeczywistości i doświadczyć nowych wrażeń.
- 4) Odmiana internetowa – odmiana ta oprócz powyższego umożliwia nadawcy bezpośredni kontakt z odbiorcą.²⁸

Gatunki medialne realizowane za pomocą technologii radiowej również posiadają swoje charakterystyczne właściwości. G. Stachyra definiuje audycję radiową jako „komunikacyjną konkretyzację stylu publicystycznego, informacyjnego lub rozrywkowego obejmującą audialną realizację treści charakterystycznych dla danej rozgłośni, a także tych, które stanowią powtarzalny schemat radiowej wypowiedzi. Jest delimitowana formułą początku i zakończenia oraz posiada określony czas trwania.”²⁹

5.2 Informacja komercyjna

Radiowy serwis informacyjny jest bytem niejednorodnym. W jego strukturze można wskazać odrębne gatunki, dzięki czemu zasadne jest odwołanie się do koncepcji wielogatunkowości M. Wojtak. Niniejszy rozdział stanowić będzie zatem próbę udowodnienia, że radiowy serwis informacyjny stanowi gatunek w formie kolekcji. Służyć temu będzie przede wszystkim wskazanie gatunków medialnych, które są komponentami serwisu informacyjnego. Zanim jednak przejdę do zaprezentowania przykładów, przywołam koncepcję informacji komercyjnej M. Steciąg, która w swoich badaniach genologicznych odwołuje się również do koncepcji badawczych M. Wojtak i przedstawia alternacyjne oraz adaptacyjne warianty tego gatunku radiowego. M. Steciąg wyróżnia kanoniczny wzorzec informacji oraz wzorzec komercyjnej informacji radiowej. Informacja kanoniczna nie jest tożsama z informacją komercyjną i:

- pełni wyłącznie funkcję powiadamiania;
- przedstawia rzeczywistość w sposób informacyjny – odzwierciedlający;

²⁸ K. Wolny-Zmorzyński, A. Kaliszewski, W. Furman, op. cit., s. 33-35.

²⁹ G. Stachyra, *Gatunki w radiu sformatowanym*, Lublin 2008, s. 96.

- posiada nadawcę stawiającego sobie za cel powiadamianie o rzeczywistych zdarzeniach (nadawca jest obiektywny i nie ulega żadnym naciskom, a intencja jego działania jest jednoznaczna);
- jest kierowana do odbiorcy, który jest masowy, ale nie anonimowy (zasięgi medium określają jakość odbiorcy);
- charakteryzuje się wysokim stopniem konwencjonalizacji;
- jest częścią sytuacji komunikacyjnej, w której relacja nadawcy i odbiorcy oparta jest na tzw. pakcie faktograficznym³⁰, który jest przestrzegany.

Natomiast informacja komercyjna:

- oprócz funkcji powiadamiania pełni funkcję ekspresywną i fatyczną;
- przedstawia rzeczywistość w sposób informacyjny – odzwierciedlający, jednak z elementami przetwarzania (tzw. news kreacja – tworzenie faktów medialnych będące zdarzeniami nierzeczywistymi, dziejącymi się w środkach masowego przekazu);
- posiada nadawcę stawiającego sobie za cel informowanie w sposób przyjemny i interesujący dla odbiorcy (intencja nadawcy jest jednak niejednoznaczna – może nią być powiadamianie, ale również nakłanianie do słuchania);
- jest kierowana do odbiorcy masowego, ale określonego zgodnie z interesem nadawcy (tzw. *target*, czyli „grupa społeczna, która dysponuje optymalnym dla danej stacji zasobem materialnym”³¹);
- charakteryzuje się niższym stopniem konwencjonalizacji;
- zawiera sytuację komunikacyjną, w której relacja nadawczo-odbiorcza oparta jest na pakcie faktograficznym, jednakże nadawca nie zawsze go przestrzega.

Cechy wspólne dla informacji kanonicznej i informacji komercyjnej według M. Steciąg to³²:

- aktualność bezwzględna – powiadamianie o tym, co się aktualnie dzieje, w przeciwieństwie do gatunków publicystycznych;
- kod językowy – jednakże środki wyrazu występujące w obrębie tego kodu są zróżnicowane;
- autentyczność;

³⁰ Pakt faktograficzny to swoista umowa między dziennikarzem a czytelnikiem. Pakt faktograficzny w gatunkach dziennikarskich wymaga od autora, aby pozostawał wierny faktom, szczegółowy i zwięzły. (por. Z. Bauer, *Gatunki dziennikarskie*, op. cit., s. 258).

³¹ M. Steciąg, *Informacja. Wywiad. Felieton. Sposób istnienia tradycyjnych gatunków w radiu komercyjnym*, Zielona Góra 2006. s.111.-116.

³² *Ibidem*, s. 111-116.

- stała częstotliwość ukazywania się;
- wyraźne oddzielone miejsce publikacji, wskazujące na przynależność gatunkową.

M. Steciąg zaznacza, że największy wpływ na różnicę między informacją kanoniczną a komercyjną ma znaczenie słuchacza w komunikacji medialnej. Jej zdaniem jest to potwierdzeniem tezy, że „autorem każdego komunikatu jest pośrednio także jego odbiorca”³³, z czym trudno się nie zgodzić, co również zostało wykazane w poprzednich częściach dysertacji. Ze względu na położenie nacisku na odbiorcę język komercyjnych wiadomości radiowych pełni również funkcję impresywną. Co ważne, według M. Steciąg podstawowym celem komercyjnej komunikacji nie jest kształtowanie poglądów i postaw, ale to zainteresowanie słuchaczy, zapewnienie trwałości ich uwagi oraz zaspokojenie ich podstawowych potrzeb wynikających z uczestnictwa we wspólnocie nadawczo-odbiorczej.³⁴ Zatem medialny obraz świata wypływający z kreacji wiadomości w komercyjnych programach informacyjnych nie odgrywa roli opiniotwórczej, a rolę utrwalającą przyjętą kreację rzeczywistości. Radiosłuchacz posiadający swój światopogląd sięga po konkretną radiostację (o podobnych przekonaniach) nie po to, by zweryfikować i zmienić swoje opinie, ale by utwierdzić się w swoim dotychczasowym rozumowaniu. Spójność jego spojrzenia na świat i perspektywy nadawania wiadomości przez wybraną radiostację ma wzbudzać poczucie satysfakcji, wywoływać schlebienie samemu sobie i poczucie nieomyślności własnych sądów.

Utrzymaniu tego stanu u użytkowników mediów służyć mają tzw. bańki informacyjne, będące „swoistymi strukturami powstającej w przestrzeni wirtualnej – w internetowych serwisach społecznościowych i wyszukiwarkach treści”.³⁵ Strukturę tę tworzą algorytmy, które wyznaczają udostępnianie odbiorcom treści na podstawie poprzednich wyborów i wyszukiwani. Nieświadomy tego zjawiska człowiek może ulec wrażeniu, że obraz świata zawarty w podpowiadanych przez algorytm treściach stanowi całościowy obraz rzeczywistości. Bańka informacyjna ogranicza zdolność do rozpoznania informacji, które mogą zakwestionować przekonania odbiorcy lub potwierdzić konkurencyjne poglądy. Zjawisko to wywołuje nowe zagrożenie dla użytkowników mediów określone jako

³³ Ibidem, s.

³⁴ Ibidem, s. 115.

³⁵ K. Werner, *Poznawcze zamknięcie. Strukturalna niewiedza a problem racjonalności*, „Przegląd Filozoficzny”, 2021 (117), s. 16.

zamknięcie poznawcze. ³⁶ Jak pisze Konrad Werner, ludzie tkwiący w takim ograniczeniu często przejawiają irracjonalne poglądy.³⁷

W poniższej tabeli zostaną omówione wybrane cechy informacji w wiadomościach radiowych omawianych przeze mnie stacji.

³⁶ Ibidem, s. 15.-17.

³⁷ Ibidem, s. 38.

Tab. nr. 18: Cechy informacji w wiadomościach radiowych wybranych radiostacji

Cecha	PR1	PR3	RMF	ZET	RM	RN
1. Funkcja	Powiadamanie (funkcja informacyjna), wpływanie na światopogląd odbiorcy (funkcja perswazyjna), funkcja autopromocyjna w minimalnym stopniu.	Powiadamanie, funkcja fatyczna, funkcja perswazyjna, funkcja autopromocyjna w nieco większym stopniu niż w serwisach PR1.	Powiadamanie, funkcja perswazyjna, funkcja fatyczna, funkcja autopromocyjna w największym stopniu spośród analizowanych programów.		Powiadamanie, funkcja perswazyjna, funkcja fatyczna, funkcja autopromocyjna.	Powiadamanie, funkcja perswazyjna, funkcja fatyczna w najmniejszym stopniu spośród analizowanych programów.
2. Nadawca	Nadawca nie jest obiektywny, ulega naciskom w wyniku finansowania ze środków publicznych, zatem sprzyja aktualnemu rządowi. Jego intencje nie są jednoznaczne - z jednej strony celem jest powiadamanie, z drugiej wpływanie na światopogląd odbiorcy.		Nadawca nie jest obiektywny, ale się na takiego kreuje. Jego celem jest informowanie o aktualnych wydarzeniach w sposób przyjemny i interesujący dla odbiorcy. Często stoi w opozycji do aktualnej władzy. Jego intencje nie są jednoznaczne - z jednej strony ma powiadamiać, z drugiej walczy o popularność swojej rozgłośni.		Nadawca nie jest obiektywny, jasno określa światopogląd zawarty w programie rozgłośni. ulega naciskom w wyniku źródeł finansowania. Jego intencje nie są jednoznaczne - z jednej strony celem jest powiadamanie, z drugiej wpływanie na światopogląd odbiorcy.	Nadawca nie jest obiektywny, jednakże ze względu na największą apolityczność tej stacji spośród wszystkich badanych nie przywiązują dużej wagi do komunikacji radiowej zachodzącej za pośrednictwem serwisu informacyjnego. Intencje nadawcy są jednoznaczne.
3. Odbiorca	Odbiorca masowy, ale nie anonimowy, określony poprzez zasięg – nadawca nie dąży w głównej mierze do poszerzenia grona odbiorców, ale odpowiada na potrzeby określonego typu odbiorców.		Odbiorca masowy, głównie określony poprzez <i>target</i> (grupa docelowa), ale także zasięg.		Odbiorca masowy, określony poprzez <i>target</i> i zasięg.	

Źródło: opracowanie własne.

Powyższa tabela pokazuje, że zarówno informacja w radiu publicznym, jak i w radiu katolickim nie odpowiada kanonicznemu wzorcowi informacji. Wynika to przede wszystkim z braku obiektywnego nadawcy, który, kierując się właściwościami odbiorcy, tworzy takie newsy odpowiadające jego potrzebom. Drugą ważną kwestią jest obecność autopromocyjnej funkcji we wszystkich programach badanych rozgłośni radiowych (z wyjątkiem Radia Niepokalanów). Stopień natężenia tej funkcji jest jednak bardzo zróżnicowany. W odniesieniu do innych parametrów informacji niewyróżnionych w tabeli można stwierdzić, że wszystkie badane programy informacyjne przedstawiają rzeczywistość w sposób z jednej strony ją odzwierciedlający, z drugiej kreujący, a ich stosunek do paktu faktograficznego polega na traktowaniu go jako umownej konwencji, która nie zawsze jest przestrzegana.

M. Steciąg w swoich badaniach wykazała także odstępstwa w informacji komercyjnej od informacji kanonicznej na poziomie kodu językowego.

W składniowym ukształtowaniu przekazu informacyjnego zauważyła następujące zjawiska¹:

1. Dążenie do wzrostu komunikatywności wypowiedzi trudnych poprzez częste stosowanie technik anaforyzujących, dzięki którym zmniejsza się liczba elementów grupy werbalnej i nominalnej. Kolejne informacje referencyjne umieszczane są w kolejnych zdaniach. Prowadzi to również do ograniczonego stosowania imiesłowego równoważnika zdania podrzędnego.
2. Skłonność do utworzenia wrażenia naturalności (spontaniczności) komunikatu w wyniku asymetrii struktury intonacyjnej wypowiedzi, co jest możliwe poprzez występowanie niejednorodnych typów zdań: pojedynczych, hipotaksy, parataksy czy równoważników zdań. Zapobiega to monotonii.
3. Wielogłosowość komunikatu powodująca stosowanie zdań i równoważników zdań pytających oraz rozkazujących, a także mowy niezależnej.

Spośród zmian w zakresie słownictwa w informacji komercyjnej należy wskazać występowanie leksyki o neutralnym bądź nieformalnym stopniu oficjalności, która ma zastępować oficjalne nazwy rzeczy i osób; słownictwa nacechowanego ekspresywnie; spójników, które występują na początku zdania tak, jak w tekście mówionym, środków stylistycznych, tj. gry słów, porównań, aluzji, związków frazeologicznych oraz częste używanie form czasu teraźniejszego.

Wyżej wskazane zabiegi językowe mają służyć:

1. zmniejszeniu dystansu między nadawcą a odbiorcą.

¹Ibidem, s. 118-119

2. wytworzeniu wspólnoty komunikacyjnej między nadawcą a odbiorcą dzięki wspólnemu kodowi językowemu, charakterystycznemu dla codziennej komunikacji.
3. uatrakcyjnieniu komunikatów w celu przyciągnięcia i zatrzymania uwagi.
4. sygnalizowaniu aktualności podejmowanych tematów (mowa tu zwłaszcza o formie czasu teraźniejszego).²

Wobec powyższego M. Steciąg uważa, że w oparciu o porównanie użycia języka w informacji kanonicznej i komercyjnej informacja komercyjna w warstwie językowej ewoluuje w stronę reportażu, co jest skutkiem łączenia funkcji powiadamiania z funkcją ekspresywną i fatyczną.³

M. Steciąg sygnalizuje, że w informacji komercyjnej dbałość o dobrą relację z odbiorcą, angażowanie go w przekaz, zapewnienie mu przyjemności oraz tendencja do wyjaśniania świata stają się ważniejsze niż postulat obiektywizmu dziennikarskiego. Zdaniem badaczki pomimo istnienia odstępstw od wzorca kanonicznego informacji w komercyjnej informacji radiowej nadal przynależy ona do gatunku informacji, ponieważ realizuje dominantę gatunku, którą jest informowanie. M. Steciąg zwraca również uwagę, że w genologii dziennikarskiej obok wzorca kanonicznego wskazuje się jego alternacyjne i adaptacyjne warianty. Informacja w radiu komercyjnym ulega przeobrażeniom zarówno alternacyjnym, jak i adaptacyjnym.⁴

M. Steciąg, badając informację komercyjną, wyróżniła warianty adaptacyjne cząstkowe oraz globalne. Wśród tych pierwszych wydzieliła kilka form gatunkowych takich jak: wzmianka, zapowiedź, notatka, sprawozdanie, sylwetka, *fait divers* oraz wiadomość. Ich użycie jest zdeterminowane sytuacją oraz tematyką.⁵ Warianty adaptacyjne globalne stanowią:

- wiadomość z nagraniem wypowiedzi osób biorących udział w opisywanych wydarzeniach (najczęściej pojawiający się typ informacji w radiu komercyjnym);
- informacja z relacją reporterską, w której obecność reportera dynamizuje przedstawianą sytuację i udratycznia zdarzenia (dzieje się tak zwłaszcza w przypadku informacji wydających się być przewidywalnymi i statycznymi);
- informacja z elementami wywiadu, w której prezynter przekazuje głos innemu dziennikarzowi, który z kolei kontaktuje się z osobą kompetentną w omawianej sprawie (np. świadkiem, ekspertem itp.);

² Ibidem, s. 121

³ Ibidem, s. 121.

⁴ Ibidem, s. 122-123.

⁵ Ibidem, s. 125-128.

- informacja z elementami reportażu, tzw. obrazkiem dźwiękowym (inaczej *feature*) z miejsca zdarzenia, który uautentycznia i uatrakcyjnia przekaz medialny.

Powyższe rozróżnienie wariantów alternacyjnych i adaptacyjnych informacji komercyjnej pokazuje złożoność gatunków medialnych. Radiowych serwisów informacyjnych również nie należy postrzegać jako prostych gatunków, a jako gatunek w formie kolekcji. Poniżej zostaną zaprezentowane gatunki, które wchodzą w skład struktury badanych przez mnie radiowych serwisów informacyjnych.

5.3 Gatunki będące komponentami radiowych serwisów informacyjnych wybranych stacji

5.3.1 Zapowiedź

Jednym z najczęściej występujących gatunków dziennikarskich w radiowych serwisach informacyjnych jest zapowiedź, będąca samodzielnym gatunkiem prasowym. *Słownik terminologii medialnej* definiuje zapowiedź jako:

krótki tekst informacyjny umieszczany w widocznym miejscu, często na pierwszej stronie gazety lub czasopisma, zachęcający do lektury publikacji umieszczonych wewnątrz numeru i polecanych przez redakcję. Zapowiedź ma z reguły atrakcyjną formę słowną i graficzną.⁶

Definicja ta podkreśla dwie ważne cechy zapowiedzi, czyli krótkość oraz atrakcyjność, które wynikają z jej funkcji, jaką jest zachęcenie czytelnika do dalszej lektury tekstu. Zapowiedzi w środowisku dziennikarskim nazywane są *zajawkami*.⁷ M. Wojtak określa ten „gatunek jako informację o informacji i reklamę informacji”. Jej zdaniem zapowiedź to: „podstawowy komunikat służący poinformowaniu o innym komunikacie.”⁸ Jej funkcję stanowi zachęta do lektury oraz wstępne powiadomienie o określonym fakcie lub zdarzeniu. Zapowiedź nie ma jednego wzorca gatunkowego. Badaczka sytuuje zapowiedź w grupie gatunków publicystycznych.⁹

Zapowiedzi mają charakter polimorficzny, ponieważ występują w różnych typach mediów, mogą odwoływać się do rzeczywistości pozatekstowej oraz do innych tekstów,

⁶ *Słownik terminologii medialnej*, op. cit., s. 239.

⁷ M. Wojtak, *O internetowych wersjach zapowiedzi dziennikarskich*, „Postscriptum Polonistyczne”, 2014, 2 (14), s. 39.

⁸ M. Wojtak, *Analiza gatunków prasowych*, Lublin 2010, s. 69.

⁹ *Ibidem*, s. 69.

a także mają wymiar intertekstualny, co oznacza, że nie tylko posiadają odniesienia do innych tekstów, lecz również są odsyłaczem¹⁰. Zapowiedź we współczesnych mediach dynamicznie się przeobraża, uwypuklając swoją reklamową rolę.

Uwzględniając sposób redagowania zapowiedzi, M. Wojtak wyróżnia zapowiedzi autonomiczne i nieautonomiczne. Pierwsze z nich to komunikaty redagowane według określonych reguł i kładące nacisk na informatywną funkcję komunikatu. Z kolei, zapowiedzi nieautonomiczne, będące transformacją podstawowych gatunków prasowych, realizują przede wszystkim funkcję anonsowania.¹¹

Wśród zapowiedzi autonomicznych można zatem wyróżnić następujące rodzaje¹²:

1. Zapowiedź sygnałowa, czyli sygnał¹³ i odsyłacz.
2. Zapowiedź wzmiankowa, czyli wzmianka¹⁴ i odsyłacz.
3. Zapowiedź notatkowa, czyli notatka¹⁵ i odsyłacz.
4. Zapowiedź spokrewniona z wiadomością, czyli występowanie w różnych konfiguracjach następujących elementów: tytuł, lid, cały korpus lub jego fragment, odsyłacz.

Zapowiedzi nieautonomicznie również swoją strukturą nawiązują do innych gatunków informacyjnych, co pokazują ich powyższe rodzaje.¹⁶

W radiowych serwisach informacyjnych występują zarówno zapowiedzi autonomiczne, jak i nieautonomiczne, jednakże pozbawione odsyłacza. W radiu funkcję lokalizacyjną pełnią przywołania nazw radiostacji i programów oraz wyrażenia przyimkowe typu *u nas*, które jednocześnie podkreślają wyjątkowość danego komunikatu.

W radiowych serwisach informacyjnych zapowiedź stanowi początkową część programu. Po części wprowadzającej, która, jak to pokazała wcześniejsza analiza, jest inna dla każdej omawianej radiostacji, następuje zapowiedź newsów mających pojawić się w wiadomościach. Choć zapowiedź występuje we wszystkich badanych stacjach, różni się ona jednak strukturą i formą językową. Poniżej zostaną zaprezentowane najbardziej

¹⁰ Odsyłacz, inaczej formuła odsyłająca, to „obligatoryjny składnik większości zapowiedzi, formuła, za pośrednictwem której anonsuje się jakieś materiały prasowe.” (por. M. Wojtak, *Analiza gatunków prasowych*, op.cit., s. 163).

¹¹ M. Wojtak, *O internetowych wersjach zapowiedzi dziennikarskich*, op. cit., s. 39.

¹² M. Wojtak, *Analiza gatunków prasowych*, op. cit., s. 70-71.

¹³ Sygnał to inaczej *flash*, najkrótsza informacja. Może się składać tylko z dwóch, trzech wyrazów. (por. M. Wojtak, *Analiza gatunków prasowych*, op. cit., s. 70-71). W radiowych serwisach informacyjnych to jedno-, dwuzdaniowa informacja, która jest rozwinięta w kolejnych serwisach informacyjnych.

¹⁴ Wzmianka to „powiadomienie o pojedynczym fakcie lub zdarzeniu. Jeden z gatunków informacyjnych. Wypowiedź złożona z *pojedynczego tytułu* oraz krótkiego (jednoakapitowego) *korpusu*”. (por. M. Wojtak, *Analiza gatunków prasowych*, op. cit., s. 165).

¹⁵ Notatka to „szczegółowa informacja o pojedynczym fakcie lub zdarzeniu. Rozbudowana wzmianka. Wypowiedź prasowa zawierająca tytuł złożony (zwykle nadtytuł i tytuł główny) oraz kilkuakapitowy korpus. (por. M. Wojtak, *Analiza gatunków prasowych*, op. cit., s. 163).

¹⁶ M. Wojtak, *Analiza gatunków prasowych*, op. cit., s. 70.

reprezentatywne przykłady. W radiu komercyjnym zapowiedzi sytuowane są także na końcu serwisów informacyjnych i stanowią zaanonsowanie newsów, które pojawią się w kolejnych wydaniach audycji albo w kolejnym programie (zazwyczaj również informacyjnym, ale już zawężonym tematycznie, np. wiadomości ekonomiczne).

Duży wpływ na kształt zapowiedzi radiowych ma również krótki czas nadawania programu informacyjnego. W poniższej analizie nastąpi próba uporządkowania materiału badawczego, który stanowi zapowiedzi newsów. Zapowiedzi stanowią komponent skrótu wiadomości mającego miejsce w radiowym serwisie informacyjnym po ramie inicjalnej.

Program Pierwszy Polskiego Radia

W Programie Pierwszym Polskiego Radia po formule inicjalnej następują zapowiedzi, najczęściej trzy, co jest tożsame z liczbą newsów prezentowanych w serwisie.

340. Izabela Kuczyńska (prowadząca): Nie ma decyzji o wycofaniu polskich żołnierzy z Iraku. Jak mówią przedstawiciele rządu, zapadnie ona tylko w gronie sojuszników z NATO. [krótki sygnał dźwiękowy] Okrągły stół w sprawie sytuacji w wymiarze sprawiedliwości bez polityków Prawa i Sprawiedliwości. Obrady to inicjatywa ludowców. [krótki sygnał dźwiękowy] Dziś Boże Narodzenie w kościołach wschodnich. Prezydent i Premier napisali świąteczne życzenia do prawosławnych wiernych. [PR1 7.01.2020 11:00]
341. Prowadzący: Spór o uchwałę Sądu Najwyższego. Premier kieruje wniosek do Trybunału Konstytucyjnego. Trybunał nie może kwestionować uchwały Sądu – mówi pierwsza Prezes Sądu Najwyższego. [krótki sygnał dźwiękowy] Przewodniczący Rady i Komisji Europejskiej podpisali umowę brexitową. W najbliższą środę dokument ma zatwierdzić Parlament Europejski. [krótki sygnał dźwiękowy] Wicepremier i minister kultury Piotr Gliński powołał nową instytucję kultury. To Centrum Archiwistyki Społecznej. [PR1 24.01.2020 17:00]
342. Tomasz Marciniuk (prowadzący): W Sejmie drugie czytanie tak zwanej tarczy antykryzysowej. Posłowie debatuje nad pakietem zmian mających chronić przed gospodarczymi konsekwencjami koronawirusa. [krótki sygnał dźwiękowy] Kolejne przypadki zakażeń wśród personelu medycznego. Resort zdrowia zapowiada włączenie większej liczby lekarzy i pielęgniarek do walki z pandemią. [krótki sygnał dźwiękowy] Włoscy eksperci prognozują, że szczyt zachorowań w ich kraju jest bliski. [PR1 27.03.2020 16:00]

Jak ilustrują powyższe przykłady, każda zapowiedź składa się z dwóch lub trzech zdań oznajmujących. Po zapowiedzi pojawia się krótki, charakterystyczny sygnał dźwiękowy, który z jednej strony pełni funkcję delimitacyjną, ponieważ zapowiada przejście do kolejnej zapowiedzi, z drugiej strony dynamizuje tę część serwisu. Częścią zapowiedzi są zdania

pojedyncze, równoważniki zdań lub zawiadomienia. Jeżeli pojawiają się zdania złożone, zazwyczaj składają się z dwóch części składowych i nie są rozwinięte. W zapowiedziach Jedyńki nie występują struktury językowe o funkcji metajęzykowej. Funkcja powyższych zapowiedzi to przede wszystkim powiadomienie. W Programie Pierwszym Polskiego Radia występują głównie zapowiedzi sygnałowe. Dźwięk oddzielający poszczególne zapowiedzi pełni funkcję demarkacyjną.

W Programie Pierwszym Polskiego Radia występują także serwisy, w których brak części zawierającej zapowiedź newsów, a spikerzy po części inicjalnej od razu przechodzą do prezentowania wiadomości.

343.Olaf Ważyński (prowadzący): Cztery i pół minuty po południu. Olaf Ważyński. Zapraszam na *Aktualności* radiowej Jedyńki. A na początek przedostatni dzień kampanii przed wyborami prezydenckimi. Dla kandydatów to czas kolejnych spotkań z Polakami. [krótki sygnał dźwiękowy] Ubiegający się o reelekcje Prezydent Andrzej Duda będzie w Radomiu. Rano w wywiadzie dla Programu Pierwszego Polskiego Radia zachęcał rodaków do głosowania dwudziestego ósmego czerwca. [PR1 25.06.2020 12:00]

Prawdopodobnie występowanie zapowiedzi lub ich brak jest uwarunkowane indywidualnymi upodobaniami dziennikarzy odpowiedzialnych za tworzenie danego serwisu. Taka budowa serwisu (bez zapowiedzi) jest charakterystyczna dla programów prowadzonych przez Olafa Ważyńskiego.

Program Trzeci Polskiego Radia

Podobnie jak w Programie Pierwszym, w jednym serwisie występują trzy zapowiedzi odpowiadające liczbie newsów.

344.Romuald Wójcik (prowadzący): Panika podczas pogrzebu generała Sulejmaniego. Tłum stratował co najmniej trzydzieści pięć osób. [krótki sygnał dźwiękowy] Policja zatrzymała dyrektora Teatru Bagatela w Krakowie. Zarzuty dotyczą molestowania i mobbingu. [krótki sygnał dźwiękowy] Organizator Forum Holocaustu, gdzie Prezydent Polski nie ma prawa głosu, próbował kupić puławskie azoty – mówi wiceszef MSZ. [PR3 7.01.2020 11:00]

345.Prowadzący: Nie będzie zgody na ustępstwa w zmianach w wymiarze sprawiedliwości – zapowiada to rzecznik rządu. [krótki sygnał dźwiękowy] *Zielony ład* jest dla Polski nie do przyjęcia – w ten sposób o pieniądzach na transformację energetyczną mówi wiceminister aktywów państwowych. [krótki sygnał dźwiękowy] Zdjęcia, filmy i nagrania audio sprzed lat

będzie można przenieść do komputera. Specjalny punkt powstaje w Warszawie. [PR3 17.01.2020 10:00]

- 346.Filip Jarek (prowadzący): Polski rząd przedstawił Trybunałowi Sprawiedliwości Unii Europejskiej swoje wyjaśnienia w sprawie Izby Dyscyplinarnej. [krótki sygnał dźwiękowy] Po tragedii w Bukowinie Tatrzańskiej ruszyły kontrole budynków przy stacjach narciarskich. [krótki sygnał dźwiękowy] Już za dwie godziny początek gali rozdania Złotych Mikrofonów Polskiego Radia. [PR3 13.02.2020 17:00]

Jedna zapowiedź zazwyczaj składa się z dwóch wypowiedzi oznajmujących, choć występują też takie, których zapowiedź zawiera jedno wypowiedzenie. W skład zapowiedzi mogą wchodzić: rozwinięte zdania pojedyncze, zdania dwukrotnie złożone, równoważniki lub zawiadomienia. Rozwinięte zdania pojedyncze z jednej strony dynamizują przekaz, z drugiej pozwalają na zachowanie precyzji w przekazywaniu informacji. W Programie Trzecim zapowiedzi również występują w formie sygnałów, ale nie są oddzielane specyficznym sygnałem dźwiękowym, jednak ich odczytywaniu towarzyszy rytmiczna melodia w tle.

Radio RMF FM

W Radiu RMF FM brak dźwiękowych sygnalizatorów delimitacji zapowiedzi. Dźwięki pojawiają się po części inicjalnej, następnie melodia zostaje wyciszona.

- 347.Prowadzący: [dźwięki] Co z wyjazdem Prezydenta Dudy na Światowe Forum Holocaustu, które w styczniu odbędzie się w Instytucie Yad Vashen? – to pytanie ciągle aktualne. **Mamy też ważne informacje** dla pacjentów, którzy nie mogą skorzystać z SOR-u w Szpitalu Uniwersyteckim w Krakowie z powodu przeprowadzki do nowej siedziby w Prokocimiu. **Za chwilę także Fakty kulturalne RMF FM**, a w nich wschodzące gwiazdy kina. [dźwięki] [RMF 7.01.2020 11:00]
- 348.Ewa Kwaśny (prowadząca): [dźwięki] Światowe giełdy, w tym Polska, z dużymi spadkami. **O szczegółach** dziennikarz z redakcji ekonomicznej RMF FM. Na co uważać i jak zachowywać się w czasie kwarantanny domowej? **Posłuchajcie zaleceń specjalisty.** W „Raportcie reporterów” **ważne informacje** dla podróżujących kolejną na trasie między Tczewem a Malborkiem. **Dziś poznamy** również laureatów *Mozartów*, nagród RMF Classic i o tym już za chwilę. [dźwięki] [RMF 9.03.2020 10:00]
- 349.Ewa Kwaśny (prowadząca): [dźwięki] Zmarł fizjoterapeuta z radomskiego szpitala. To pierwsza ofiara covid-19 wśród polskiego personelu medycznego. Jest **apel** do Premiera w związku z trudną sytuacją w Domach Pomocy Społecznej. **W Faktach przypominamy także** o obowiązku zakrywania ust i nosa w miejscach publicznych. **Posłuchajcie**, jak policja

będzie traktować tych, którzy nie stosują się tych przepisów. [dżingiel] [RMF 16.04.2020 13:00]

Po odczytaniu przez spikera wszystkich zapowiedzi następuje kontynuacja dżingla. W radiu RMF oprócz wypowiedzi oznajmujących występują także pytania. Pojawia się również więcej komunikatów o charakterze metajęzykowych, które jednocześnie realizują funkcję autopromocyjną i demarkacyjną. Forma zapowiedzi w Radiu RMF FM przypomina zajawkę, która zaś nawiązuje do niedokończonyj wzmianki. Zajawki składają się między innymi z pytań, np.: *Co z wyjazdem Prezydenta Dudy na Światowe Forum Holocaustu, które w styczniu odbędzie się w Instytucie Yad Vashen?*, *Na co uważać i jak zachowywać się w czasie kwarantanny domowej?*, po których zazwyczaj następują autopromocyjne komunikaty w sposób bezpośredni zachęcające odbiorców do dalszego słuchania audycji, np. czasowniki *posłuchać* w trybie rozkazującym w liczbie mnogiej czy *poznać* w czasie przyszłym prostym. W obrębie zapowiedzi RMF FM mają miejsce zajawki odnoszące się nie konkretnych informacji, ale pełnią one funkcję anonsującą tematyczne części serwisu, np. *Fakty kulturalne*. W analizowanym radiu komercyjnym występują również zapowiedzi w formie sygnału i zajawki jednocześnie, np.: *Światowe giełdy, w tym Polska, z dużymi spadkami. O szczegółach dziennikarz z redakcji ekonomicznej RMF FM.*

Radio ZET

Zapowiedzi w Radiu ZET nieco różnią się od tych w radiu RMF FM. Niektóre są w formie sygnałów, niektóre w formie zajawek.

350. Paula Michalik (prowadząca) [dżingiel]: Stołeczna Policja odwołuje przyjęcia interesantów. Instytucje Państwowe ograniczają potencjalne zakażenia. [krótki sygnał dźwiękowy] Rozmawiajcie z dziećmi o koronawirusie – doradzają psychologowie. [krótki sygnał dźwiękowy] Mecze Ligii Mistrzów i Ligii Europy przełożone na przyszły tydzień. Decyzja UEFA-y. [dżingiel *Minęła...*] [ZET 13.03.2020 13:00]

351. Michał Adamiuk (prowadzący): [dżingiel]: Tysiąc dwieście czterdzieści cztery osoby zaraziły się w Polsce koronawirusem. **Powiemy**, gdzie są nowe przypadki.

Aleksandra Ratusznik (prowadząca): Dziewiętnastu kandydatów chce powalczyć o Pałac Prezydencki, jeśli wybory się odbędą.

Michał Adamiuk (prowadzący): Tylu złożyło do PKW podpisy poparcia.

Aleksandra Ratusznik (prowadząca): A w **Wiadomościach ekonomicznych: czy epidemia stanie na drodze podatku cukrowego?** [dżingiel *Minęła...*]

Michał Adamiuk (prowadzący): [dżingiel] Znów tragedia nad wodą koło Jeleniej Góry, w niestrzeżonym kąpielisku utonął czternastoletni chłopiec.

Lucyna Płużyczka (prowadząca): Te wybory nie były równe – tak przed spotkaniem z Andrzeją [przejęzyczenie] Dudą mówił Rafał Trzaskowski.

Michał Adamiuk (prowadzący): **Posłuchajcie**, z czym przyjechał do Pałacu Prezydenckiego.

Lucyna Płużyczka (prowadząca): Pięć pożarów w ciągu kilku dni. **Ktoś** podpala lasy pod Szczecinem.

Michał Adamiuk (prowadzący): Jest nagroda za pomoc w jego złapaniu. [dżingiel *Minęła właśnie...*] [ZET 30.07.2020 10:00]

- zapowiedź jako zajawka

352.Prowadząca: A w *Wiadomościach ekonomicznych*: czy epidemia stanie na drodze podatku cukrowego? [ZET 27.03.2020 10:00]

353.Lucyna Płużyczka (prowadząca): Za chwilę też przygotowania do Warsaw Summer Jazz Days przed pandemią. Przez pandemię ta edycja będzie inna niż poprzednie. [ZET 5.07.2020 16:00]

354.Sławek Mierzejewski (prowadzący): Jarosław Pinkas ocenia też funkcjonowanie szkół w nowym roku szkolnym.[ZET 4.09.2020 9:00]

Powyższe przykłady są zapowiedziami w formie zajawki, ponieważ nie przekazują żadnej pełnej informacji, ale w sposób ogólnikowy wprowadzają temat newsów i mają zaintrygować odbiorców, których ciekawość zostanie zaspokojona, jeśli będą dalej słuchać programu informacyjnego.

- zapowiedź jako sygnał

355.Paula Michalik (prowadząca): Stołeczna policja odwołuje przyjęcia interesantów. Instytucje państwowe ograniczają potencjalne zakażenia. [ZET 13.03.2020 12:00]

356.Paula Michalik (prowadząca): Mecze Ligi Mistrzów i Ligi Europy przełożone na przyszły tydzień. Decyzja UEF-y. [ZET 13.03.2020 12:00]

357.Michał Adamiuk (prowadząca): Znów tragedia nad wodą koło Jeleniej Góry, w niestrzeżonym kąpielisku utonął czternastoletni chłopiec. [ZET 30.07.2020 10:00]

Kolejna grupa zapowiedzi to sygnały, które są tradycyjnym sposobem ich tworzenia. Bardzo często taki sposób zapowiadania dotyczy newsów o sensacyjnej tematyce (np. przykład nr 351), ponieważ takie zagadnienia nie wymagają dodatkowych zachęt, sama tragiczna sytuacja wydaje się być dla odbiorcy interesująca.

- zapowiedź jako sygnał + zajawka

- 358.Michał Adamiuk (prowadzący): Tysiąc dwieście czterdzieści cztery osoby zaraziły się w Polsce koronawirusem. **Powiemy**, gdzie są nowe przypadki. [ZET 27.03.2020 10:00]
- 359.Lucyna Płużyczka (prowadząca): Te wybory nie były równe – tak przed spotkaniem z Andrzeją [przejęzyczenie, przypis aut.] Dudą mówił Rafał Trzaskowski. [ZET 30.07.2020 10:00]
- 360.Michał Adamiuk (prowadzący): **Posłuchajcie**, z czym przyjechał do Pałacu Prezydenckiego. [ZET 30.07.2020 10:00]
- 361.Sławek Mierzejewski (prowadzący): Mniej gości na weselach. [ZET 4.09.2020 9:00]
- 362.Paula Michalik (prowadząca): Główny Inspektor Sanitarny w Radiu ZET o nowych zasadach organizowania takich imprez. [ZET 4.09.2020 9:00]

Ten rodzaj zapowiedzi łączy dwa poprzednie sposoby ich tworzenia. Na początku pojawia się sygnał – krótki, ale pełna informacja, następnie nadawany jest komunikat zazwyczaj zawierający bezpośredni zwrot do odbiorcy, za pomocą którego nadawca namawia do pozostania przy radioodbiornikach. Językowe mechanizmy tworzenia takich komunikatów są podobne do Radia RMF FM, np.: czasownik *posłuchać* w trybie rozkazującym w liczbie mnogiej czy czasownik *powiedzieć* w formie czasu przyszłego prostego.

Radio Maryja

W Radiu Maryja nie występuje taki element jak skrót wiadomości zawierający zapowiedzi prezentowanych w programie newsów. Po dzinglu od razu pojawia się pierwsza wiadomość, jak to ilustruje poniższy przykładowy fragment serwisu.

- 363.Prowadząca: [dingiel] Policja i służby sanitarne będą sprawdzać, czy personel i klienci sklepów noszą maseczki. Minister zdrowia profesor Łukasz Szumowski w Polskim Radiu poinformował, że kontrole rozpoczną się w tym tygodniu. Zapowiedział też zmiany dotyczące organizacji wesel. A ma to związek z notowaną w ostatnich dniach dużą liczbą zakażeń koronawirusem w Polsce. Wczoraj było pięćset czterdzieści osiem nowych przypadków, ponad sześćset w sobotę. Podobnie w piątek. Minister zdrowia profesor Łukasz Szumowski w Polskim Radiu ocenił, że obecna sytuacji epidemiczna to efekt rozluźnienia reżimów sanitarnych oraz dużych ognisk w kopalniach i zakładach produkcyjnych oraz paru ognisk z imprez rodzinnych. Podkreślił, że poziom transmisji poziomej zakażenia jest w codziennych sytuacjach nie jest taki duży, jednak to, jaki on będzie, zależy od naszego zachowania. [RM 30.07.2020 10:00]

Radio Niepokalanów

Serwis w Radu Niepokalanów rozpoczyna się od skrótu wiadomości. Podobnie jak w radiu publicznym, występują zapowiedzi sygnałowe, które zazwyczaj składają się z jednego rozbudowanego zdania pojedynczego albo dwóch nierozbudowanych wypowiedzi pojedynczych. Zdarzają się również równoważniki zdania. Zapowiedzi te wydają się być bardziej szablonowe i zwięzłe w porównaniu do zapowiedzi radia publicznego. Zapowiedzi oddzielone są od siebie krótkim sygnałem dźwiękowym, pełniącym funkcję demarkacyjną.

364.Katarzyna Sowińska (prowadząca): Rzecznik Izby Dyscyplinarnej komentuje uchwały Izby Sądu Najwyższego. [krótki sygnał dźwiękowy] Unijny Komisarz odpowiedzialny za kwestie praworządności rozmawiał z polskim wiceministrem sprawiedliwości. [krótki sygnał dźwiękowy] Władze lotniska Chopina reagują na zagrożenie wirusem z Chin. [dźwiękiel *Wiadomości Informacyjnej Agencji Radiowej*] [RN 24.01.2020 17:00]

365.Prowadzący: Decyzje w sprawie znoszenia ograniczeń. Rząd podejmie je w końcu dwóch najbliższych dni. [krótki sygnał dźwiękowy] Nowy unijny budżet. W związku z pandemią Komisja Europejska przedstawi go do końca miesiąca. [krótki sygnał dźwiękowy] na świecie zarejestrowano ponad milion dziewięćset zakażeń. Zmarło niemal sto dwadzieścia tysięcy osób. [dźwiękiel *Wiadomości Informacyjnej Agencji Radiowej*] [RN 14.04.2020 10:00]

366.Prowadzący: Kandydaci na prezydenta zabiegają o głosy wyborców. Za tydzień druga tura wyborów. [krótki sygnał dźwiękowy] Rocznica wybuchu Powstania Warszawskiego w dobie pandemii. Podczas obchodów będą uwzględniane zalecenia sanitarne. [krótki sygnał dźwiękowy] w Polsce zarejestrowano dwieście trzydzieści jeden zakażeń koronawirusem. Zmarło kolejnych pięć osób. [dźwiękiel *Wiadomości Informacyjnej Agencji Radiowej*] [RN 5.07.2020 16:00]

5.3.2 Wzmianka

Jedną z najmniejszych form gatunkowych pojawiających się w radiowych serwisach informacyjnych jest wzmianka. Według *Słownika terminologii medialnej*:

WZMIANKA, *flash, news* – jako gatunek informacyjny odpowiada zwykle tylko na trzy pytania: kto? co? gdzie? dotyczące pojedynczego faktu, wydarzenia. Najczęściej cała wzmianka zawiera się w jednym, dwóch zdaniach. Autor jej skupia się na najważniejszym szczególnie zdarzenia.¹⁷

W wyniku rozwoju mediów elektronicznych wzmianka zastąpiła depezę. Forma ta występuje w: kronikach, przeglądach wydarzeń, zazwyczaj w dziennikach, a także w radiu czy

¹⁷ *Słownik terminologii medialnej*, op. cit., s. 237.

w telewizji natychmiast po dziejącym się wydarzeniu, może ona również stanowić część tzw. lidów. Najczęściej dotyczy informacji o dużej wadze lub związanych ze znaczącymi osobami.¹⁸ Wzmianka często połączona jest z zapowiedzią, będącą elementem adaptacyjnym. Formuła *Wiadomość z ostatniej chwili to najbardziej rozpowszechniony sposób rozpoczęcia wzmianki.*¹⁹

Według Ryszarda Kapuścińskiego nadmiar *newsów* i *flashów* powoduje dezinformację i szum informacyjny. Wzmianka to informacja niepogłębiona, odseparowana od innych faktów, często wyrwana z kontekstu. Prowadzi do przedstawiania świata w sposób fragmentaryczny i do obniżenia poziomu wrażliwości odbiorców na jakość komunikatów dziennikarskich, którzy bardziej liczą na szybkość przekazu niż na rzetelność ich treści.²⁰

M. Wojtak, pisząc o gatunkach prasowych, ze względu na sposób funkcjonowania gatunku w komunikacji medialnej wyodrębnia wzmiankę autonomiczną i wzmiankę seryjną, zazwyczaj umieszczoną w tematycznym zbiorze wzmianek pod wspólnym tytułem. Z kolei, ze względu na ukształtowanie wzorców gatunków wydziela wzmiankę z dominantą informacyjną, która realizuje wzorzec kanoniczny, oraz wzmiankę z dominantą publicystyczną, ukonkretniające wzorce alternacyjne i adaptacyjne.²¹

Spetryfikowana struktura wzorca kanonicznego obejmuje:

- tytuł w formie zawiadomienia lub oznajmienia, który ma ramowo poinformować o fakcie, najczęściej w formie równoważnika zdania, rzadko w formie zdania pojedynczego;
- krótki korpus, w którym pierwsze zdanie stanowi repetycję informacji z tytułu, a kolejne ją uszczegóławiają, skonstruowany za zasadzie odwróconej piramidy.

Intencją kanonicznej wzmianki jest powiadomienie. Gatunek ten powinna cechować lakoniczność i precyzja wysłowienia, zatem w warstwie językowej zauważa się leksykę wspólnoodmianową, fachową i oficjalną, a także proste konstrukcje składniowe. Język wzmianki kanonicznej jest szablonowy.²²

Wzmianka alternacyjna, czyli wzmianka z dominantą publicystyczną posiada analogiczną strukturę do wzmianki kanonicznej. Przekształcenia zachodzą zazwyczaj w obrębie tytułu na poziomie syntaktycznym, ale również w korpusie, wówczas zauważyć można takie zjawiska, jak:

¹⁸ Ibidem, s. 237.

¹⁹ M. Steciąg, op. cit., s. 125.

²⁰ Podaję za: K. Wolny-Zmorzyński, A. Kaliszewski, W. Furman, op. cit., s. 37.

²¹ M. Wojtak, *Analiza gatunków prasowych*, op. cit., s. 39.

²² Ibidem, s. 39-41.

- wprowadzenie przytoczeń wypowiedzi uczestników opisywanych wydarzeń;
- prezentowanie wydarzeń z różnych punktów widzenia;
- rozszerzenie zbioru środków językowych o: gry językowe, leksykę potoczną, słownictwo nacechowane emocjonalnie, parentezy (zdania wtrącone mające znamiona dygresji).²³

W zebranych przeze mnie materiale wzmianki występowały nielicznie. Były to głównie wzmianki autonomiczne, przeplatające bardziej rozbudowane komponenty serwisu. Ze względu na to, że analizowane wzmianki występują jako element komunikacji radiowej, czyli niepisemnej, pozbawione są one tytułu, a składają się wyłącznie z korpusu. W programach informacyjnych Radia Maryja oraz Radia Niepokalanów nie występuje ten gatunek.

Program Pierwszy Polskiego Radia

367.Prowadzący: **Teraz informacja z ostatniej chwili.** W Polsce jest czterdzieści pięć nowych przypadków zakażenia koronawirusem. W sumie liczba osób zakażonych to **już** tysiąc dwieście osiemdziesiąt dziewięć osób. Nie zmieniła się liczba osób, które zmarły wskutek zakażenia. To nadal szesnaście. [PR1 27.03.2020 14:00]

Wzmianka ma charakter informacyjny i powiadamia odbiorców o liczbie nowych zakażonych koronawirusem oraz zmarłych wskutek zakażenia w Polsce. Pochodzi ona z początku pandemii, kiedy to koronawirus był wielką niewiadomą i społeczeństwo liczyło z wielką dokładnością przybywających chorych. Dramatyczności tej sytuacji dodaje wprowadzenie *Teraz informacja z ostatniej chwili* oraz wyrażenie funkcyjne *już* ('o tym, o czym mowa, można to orzec prawdziwie teraz, chociaż nadawca sądził, że będzie to możliwe później' WSJP), co pokazuje dynamiczny rozwój pandemii. Wzmianka ta składa się z równoważnika zdania, trzech zdań pojedynczych oraz jednego zdania podrzędnie złożonego. Niejednolitość syntaktyczna nadaje różnorodności i tworzy pozór naturalności komunikatu.

368.Prowadzący: Z Wielkiej Brytanii **przenosimy się** jeszcze do Hiszpanii. Tam sytuacja w związku z epidemią wygląda **dramatycznie**. Prawie pół tysiąca osób zmarło w ciągu ostatniej nocy wskutek powikłań po zakażeniu. Tym samym liczba **ofiar** w tym kraju wzrosła do blisko czterech tysięcy osmiuset sześćdziesięciu. Zakażonych jest ponad sześćdziesiąt cztery tysiące osób. Według danych amerykańskich naukowców na całym świecie zmarło

²³ Ibidem, s. 40-41.

prawie dwadzieścia pięć tysięcy osób, a zakażonych jest około pięciuset pięćdziesięciu tysięcy. [PR1 27.03.2020 14:00]

Kolejna wzmianka również informuje o przebiegu pandemii, ale tym razem w Hiszpanii oraz na całym świecie. Ma również charakter dramatyczny. W pierwszym zdaniu pełniącym funkcję wprowadzenia i zapowiedzi tematu zastosowano metaforę *Z Wielkiej Brytanii przenosimy się do Hiszpanii*, przedstawiającą program informacyjny jako podróż. Przenośnia ta pełni funkcję fatyczną (zastosowanie *my* inkluzywnego, budujące wspólnotę komunikacyjną) oraz powiadamiającą (wskazującą temat wzmianki). Składa się ona z rozbudowanych zdań pojedynczych, które dynamizują przekaz. Wymienione liczby oraz odwołanie do źródeł (*według amerykańskich naukowców*) podkreślają rzetelność i wiarygodność informacji, a leksyka, np. *dramatycznie*, *ofiary* czyni komunikat bardziej tragiczny.

369.Tomasz Marciniuk (prowadzący): We Włoszech, które pandemia **dotknęła** dotąd **najmocniej**, zbliża się **szczyt zakażeń**. Szef Krajowego Instytutu Zdrowia Silvio Brusafarro powiedział, że od tygodnia widać wyraźnie zmniejszenie **krzywej zakażeń**, ale nie są to jeszcze spadki. Na Półwyspie Apenińskim potwierdzono dotąd ponad osiemdziesiąt tysięcy przypadków zakażenia koronawirusem. Zmarło osiem tysięcy dwieście osób. Specjaliści przyznają jednak, że niemożliwe jest podanie, ile osób infekcję przeszło **bezobjawowo**. [PR1 27.03.2020 14:00]

Jest to wzmianka informacyjna, w której występują elementy przywoływania cudzych wypowiedzi, których celem jest podanie źródeł prezentowanych informacji. Wzmianka pozbawiona jest wypowiedzenia wprowadzającego. Występują tutaj licznie zdania złożone, co wynika ze stosowania mowy zależnej. Leksyka z jednej strony ma charakter oficjalny (np. *Krajowy Instytut Zdrowia*) i specjalistyczny (np. *infekcja*, *spadki*), z drugiej strony nacechowany emocjonalnie (*dotknąć najmocniej* i szablonowy (stosowanie tzw. klisz językowych powstałych w pandemii, np. *szczyt zakażeń*, *krzywa zakażeń*, *bezobjawowo*).

370.Tomasz Marciniuk (prowadzący): Macedonia Północna stała się dziś trzydziestym krajem NATO. Stało się to po złożeniu dokumentu przystąpienia do traktatu północnoatlantyckiego w Departamencie Stanu USA w Waszyngtonie. Wcześniej decyzję o przyjęciu Macedonii Północnej ratyfikowały parlamenty krajów członkowskich. Drogę Skopje do członkostwa otworzyło porozumienie Macedonii Północnej z Grecją, które zakończyło wieloletni spór o nazwę tej byłej jugosłowiańskiej republiki. Grecki parlament zaakceptował porozumienie o zmianie nazwy Macedonii na Macedonię Północną. [PR1 27.03.20 18:00]

Jest to również wzmianka informacyjna, dotycząca przystąpienia Macedonii Północnej do NATO. Informacje zagraniczne ze względu na to, że odbiorcy nie oczekują w ich przypadku tak dużego uszczegółowienia, dobrze pasują do wzmianki informacyjnej, ponieważ jej wyznaczniki gatunkowe pozwalają na przekazanie dużej liczby faktów w krótkim tekście. Język powyższej wzmianki jest raczej szablonowy, choć nadawca wykorzystał w niej metaforę *Drogę Skopje do członkostwa otworzyło porozumienie Macedonii Północnej z Grecją*. Dominująca leksyka to słownictwo specjalistyczne w odmianie prawniczej, np. *ratyfikować, kraje członkowskie, członkostwo, przystąpić do, porozumienie, etc.* oraz nazwy własne, np. *NATO, Macedonia Północna, Departament Stanu USA w Waszyngtonie, etc.* Układ informacji zachowuje kanoniczny porządek, zgodny z zasadą odwróconej piramidy.

Program Trzeci Polskiego Radia

371. Artur Ewertowski (prowadzący): I jeszcze wróćmy do tematu wyborów. **Właśnie** rozpoczęła się konferencja Państwowej Komisji Wyborczej. O szczegółach będziemy informować w kolejnym *Serwisie* Trójki. [PR3 29.06.2020 10:00]

Flash ten dotyczy bardzo krótkiej, nierozbudowanej informacji na temat rozpoczęcia konferencji PKW po wyborach prezydenckich. Radiosłuchacz właściwie nie poznaje żadnych szczegółów, ale jest to ważna informacja, ponieważ podczas konferencji zostaną podane oficjalne wyniki wyborów prezydenckich. Pierwsze zdanie, o charakterze metatekstowym, pełni funkcję wprowadzającą – zapowiada temat wzmianki. Zastosowano w nim czasownik *wrócić* w formie *my* inkluzywnego, budującego relacje nadawczo-odbiorcze. O natychmiastowości przekazywanej informacji świadczy leksem *właśnie* 'przysłówek komunikujący, że dane zdarzenie odbywa się w chwili mówienia, odbywało się bezpośrednio przed nią lub w czasie innego zdarzenia' (SJP PWN). Ostatnie zdanie wzmianki ma charakter zapowiedzi, pełni funkcję autopromocyjną.

372. Artur Ewertowski (prowadzący): Jedna osoba nie żyje po porannym pożarze domu jednorodzinne w Warszawie. **Teraz** trwa akcja dogaszania budynku. Do pożaru doszło o około siódmej rano przy ulicy Sieciechowej. Z relacji sąsiadów wynika, że zmarły mężczyzna mieszkał w domu sam. Przyczyny pożaru będą ustalane. [PR3 8.07.2020 10:00]

Ta wzmianka ma charakter sensacyjny, ponieważ mówi o pożarze domu w Warszawie. Oprócz form czasu przeszłego, za pomocą których mówi się o tym, co się już dokonało, oraz czasu teraźniejszego, uwypuklającego synchroniczność dziania się opisywanych wydarzeń

i nadawania komunikatu, występuje czas przyszły. Używa się go, by poinformować o działaniach, które mają nastąpić w związku z wydarzeniem. Zdanie *Przyczyny pożaru będą ustalone* ma odpowiedzieć na pytania i rozwiać wątpliwości pojawiające się u słuchaczy, a także w pewien sposób ich zaciekawić - komunikat presuponuje, że w kolejnych wydaniach serwisów odbiorca może dowiedzieć się więcej na temat opisywanego zdarzenia.

373. Anna Kowalik-Brancati (prowadząca): Na początek groźny wypadek Holendra Fabio Jakobsena na finiszu pierwszego etapu kolarskiego Tour de Pologne. Upadający kolarz wpadł na jednego z pracowników zajmujących się pomiarem czasu. Wjechał w barierki i to on rozpoczął karambol tuż przed finiszem. Na metę najszybciej wjechał Dylan Groenewegen. Dekoracja po pierwszym etapie została odwołana. **Więcej na ten temat już za kilka minut w serwisie sportowym.** [PR3 5.08.2020 19:00]

Powyższa wzmianka informacyjna ma charakter sensacyjny, ale utrzymana jest rzeczowość przekazu. Warto zwrócić uwagę, że owa informacja nie dotyczy negatywnych doświadczeń przeciętnych ludzi, z którymi łatwiej się utożsamiać odbiorcom, ale poważnego wypadku podczas renomowanego wyścigu kolarskiego. Sensacyjność wzmianki zbudowana jest dzięki tematyce, warstwie leksykalnej zawierającej słownictwo nacechowane emocjonalnie, np. *groźny, upadający*, a także przez umiejscowienie informacji na samym początku serwisu, czyli potraktowanie jej jako najistotniejszej. Leksyka wzmianki zdeterminowana jest również przez tematykę, ponieważ bogata jest w terminologię sportową, np. *finisz, dekoracja, meta, kolarz*. Na końcu wzmianki znajduje się zajawka reklamująca serwis sportowy, w którym zostanie rozwinięty podjęty temat.

Radio RMF FM

374. Prowadzący: Dziękujemy za tę informację, a **teraz doniesienia sprzed chwili**. Policjanci z Biskupca w warmińsko-mazurskiem zatrzymali dwudziestodziewięciolatka, który w nocy wtargnął do mieszkania swojej konkubiny, raniąc ją i ich kilkunastomiesięczne dziecko nożem. Więcej o tym w kolejnych „Faktach”. [RMF 7.01.2020 11:00]

Wzmianka ta rozpoczyna się od podziękowania reporterowi za relację oraz od metatekstowego komunikatu a *teraz doniesienia sprzed chwili*, w którym słowo informacja zostało zastąpione profesjonalnym synonimem *doniesienie* oznaczającym ‘wiadomość przekazywana przez środki masowego przekazu i agencje informacyjne’ (WSJP). Wzmianka ta dotyczy poważnego skaleczenia kobiety i dziecka, co z pewnością wzbudza sensację. Ogranicza się do podstawowych danych i odpowiada na pytania: kto? co zrobił? gdzie?

na koniec prowadzący informuje, że więcej informacji na temat tego zdarzenia odbiorca usłyszy w kolejnym wydaniu serwisu. Jest to zatem wzmianka z elementem autopromocyjnym.

375.Katarzyna Staszko (prowadząca): Dziewięćset sześćdziesiąt dziewięć osób **zmarło tylko dziś** we Włoszech. To jest **największy tragiczny** dzienny bilans. W sumie w tym kraju **zmarły** już dziewięć tysięcy sto trzydzieści cztery osoby. [RMF 27.03.2020 18:00]

Wzmianka ta, podobnie jak w radiu publicznym, podaje dane dotyczące postępowania pandemii SARS-CoV-2 we Włoszech. Składa się z trzech zdań pojedynczych. W pierwszym zdaniu *Dziewięćset sześćdziesiąt dziewięć osób zmarło tylko dziś we Włoszech* zmieniono tradycyjny szyk zdania – dopełnienie dalsze znajduje się w pozycji inicjalnej, ponieważ jest to najbardziej wstrząsająca i o największym potencjale oddziaływania informacja w tym wypowiedzeniu. Wzmianka ma dramatyczny wymiar również w wyniku zastosowania nacechowanego emocjonalnie słownictwa, np. przymiotnik *tragiczny i największy* oraz dwukrotnie użyty czasownik *zembrzeć*, a także nieco ironicznie brzmiąca w tym kontekście partykuła *tylko* ‘ograniczająca odniesienie komunikowanego w zdaniu sądu do tych obiektów i stanów rzeczy, które są wymienione’ (SJP PWN), podkreślająca, jak wielu ludzi zmarło wskutek zakażenia koronawirusem w ciągu jednego dnia. we wzmiance widać także, że w języku polskim utarły się nowe zestawienia wyrazów, powstałe w wyniku zaistnienia nowej sytuacji na świecie, np. *dzienny bilans*. Co ciekawe, we wzmiance tej nie informuje się, w wyniku czego te osoby zmarły, ale odbiorca jest w stanie domyślić się, że mowa o ofiarach koronawirusa, ponieważ pandemia była głównym tematem wszystkich przekazów medialnych.

376.Prowadzący: Ostrzeżenie przed **przymrozkami** wydali **synoptycy** dla części dziesięciu województw północnej i południowej Polski. Chodzi między innymi o Pomorze, Mazowsze, Podlasie, Lubelszczyznę oraz południowe powiaty Dolnego Śląska, Małopolski i Podkarpacia. Alerty będą obowiązywać do jutrzejszego przedpołudnia. Temperatura przy gruncie może spaść nawet do minus siedmiu stopni Celsjusza. [RMF 27.03.2020 19:00]

Wzmianka ta dotyczy informacji o pogodzie. Składa się ona z czterech zdań pojedynczych. Zawiera licznie nazwy geograficzne (np. nazwy regionów Polski), specjalistyczne (*synoptycy*, *przymrozki*, *przy gruncie*), co wynika z tematyki newsa, a także synonimy: *ostrzeżenia i alerty*.

377.Prowadzący: **Rozpoczęła się konferencja Państwowej Komisji Wyborczej.** Czekamy zatem na kolejne oficjalne dane na temat wczorajszej pierwszej tury wyborów prezydenckich. *Fakty* wracają punktualnie o dziesiątej trzydzieści. [RMF 29.06.2020 10:00]

Wzmianka o konferencji PKW jest bardzo podobna do tej, która pojawiła się w Trójce, dotyczącej analogicznej tematyki. Choć pozbawiona jest zdania wprowadzającego, również zawiera zdanie z kluczową informacją oraz komunikat zapewniający o przekazaniu szczegółowych informacji z przebiegu wydarzenia w kolejnych wydaniach serwisów.

Radio ZET

378.Prowadzący: **Teraz pilna informacja z Iranu:** co najmniej trzydzieści pięć osób zginęło w wyniku paniki podczas pogrzebu generała Kasema Sulejmaniego. Uroczystości trwają w jego rodzinnym mieście Kerman na południowym wschodzie kraju. Generał Sulejmani, dowódca elitarniej irańskiej jednostki Al-Kuds, zginął w nocy z czwartku na piątek w Bagdadzie w ataku rakietowym amerykańskich sił. [ZET 7.01.2020 11:00]

Powyższa wzmianka informacyjna dotyczy sensacyjnych wydarzeń zagranicznych. Wprowadza ją komunikat: *Teraz pilna informacja z Iranu* o charakterze metatekstowym, podkreślający wagę i aktualność przekazywanej informacji. Układ informacji zachowuje kanoniczny porządek.

379.Prowadzący: **A my jeszcze ostrzegamy kierowców** – na Podlasiu krajowa ósemka jest zablokowana po wypadku między Białymstokiem a Augustowem.

Prowadząca: W miejscowości Kumiała samochód osobowy zderzył się z ciężarówką. Jedna osoba jest ranna. Spodziewajcie się tam korka. [ZET 27.03.2020 10:00]

Kolejna wzmianka dotyczy informacji dla kierowców. Czasownik *ostrzegać*, a także komunikat *Spodziewajcie się tam korka* kreuje obraz nadawcy, który troszczy się o swoich słuchaczy.

380.Prowadzący: Nowak Djoković w końcu skruszony. Serbski lider rankingu tenisistów ostentacyjnie lekceważył koronawirusa, aż w końcu sam się nim zaraził, wydaje kolejne oświadczenie. Po tym, jak zakażenie wykryto u kilku uczestników zorganizowanych przez niego turniejów pokazowych, Djoko pisze tak: „Byliśmy w błędzie, to było za wcześnie.” Serb przyznaje też, że zakażona jest również jego żona. [ZET 24.06.2020 13:00]

Powyższy fragment serwisu to wzmianka z dominantą publicystyczną, o czym świadczy wartościująca leksyka: *W końcu skruszony, ostentacyjnie lekceważyć*, które negatywnie oceniają stosunek tenisisty do koronawirusa. Wzmianka ta ma charakter edukacyjny – ma nauczyć społeczeństwo właściwej postawy wobec istniejące zagrożenia, które jednak spotykało się z ignorancją.

381.Darek Klimczak (prowadzący): **Jeszcze dobra wiadomość dla kierowców jadących krajową dziesiątką.** W ciągu godziny droga ta powinna zostać odblokowana w rejonie Bydgoszczy po wywróceniu rano w Lisim Ogonie cysterny z dwunastoma tysiącami litrów paliwa lotniczego. Auto pozostało wyciągnięte z rowu. W tej chwili trwa sprzątanie i do dwudziestej trzeciej droga powinna być przejezdna. Ja też spotkam się z Wami o dwudziestej trzeciej. [ZET 1.08.2020 22:00]

Ostatni przykład to wzmianka informacyjna zawierająca tym razem pozytywną informację skierowaną do odbiorców. Dla serwisu ogólnopolskiego informacja, istotna tylko dla wąskiej grupy odbiorców – kierowców jadących konkretną drogą - wydaje się mało znacząca. Jednakże z promocyjnego punktu widzenia taka informacja jest ważna, ponieważ potwierdza bieżące i bezpośrednie informowanie odbiorców.

Wnioski

Wzmianka dotyczy głównie informacji, które dotyczą następujących tematów: utrudnienia drogowe, wypadki, pogoda, dane dotyczące przebiegu pandemii. Są to informacje, które nie wymagają rozbudowania, dlatego przekazanie ich w formie prostego gatunku jest właściwe. Z drugiej strony, wzmianki są odpowiednie dla sensacyjnych faktów. Ta krótka forma gatunkowa pojawiająca się w serwisie informacyjnym pomiędzy rozbudowanymi wiadomościami przelamuje jego standardową strukturę i dynamizuje program.

Bardzo często na początku wzmianki nadawany jest komunikat metatekstowy, który informuje o szybkości przekazywanej informacji i aktualności komunikacji (np. *Teraz informacja z ostatniej chwili* [PR1 27.03.2020 14:00]; *Dziękujemy za tę informację, a teraz doniesienia sprzed chwili* [RMF 7.01.2020 11:00], *Teraz pilna informacja z Iranu* [ZET 7.01.2020 11:00].

Jako zasadnicze komponenty radiowej wzmianki wymienić można:

- **wprowadzenie w temat wzmianki** – element nieobligatoryjny, ale zasadny, ponieważ wzmianki pojawiają się niekiedy między jednym newsem a drugim i nie są w żaden sposób z nim powiązane:
 - 1) Z Wielkiej Brytanii przenosimy się jeszcze do Hiszpanii. [PR1 27.03.2020 14:00]

- 2) I jeszcze wróćmy do tematu wyborów. [PR3 29.06.2020 10:00]
- 3) Teraz pilna informacja z Iranu. [ZET 7.01.2020 11:00].
- 4) A my jeszcze ostrzegamy kierowców. [ZET 27.03.2020 10:00]
- 5) Jeszcze dobra wiadomość dla kierowców jadących krajową dziesiątką. [ZET 1.08.2020 22:00]

- **korpus** – jego budowa jest dowolna i w zasadzie zależna od rozbudowania opisywanych faktów. Informacje jednak są przekazywane w oparciu o zasadę odwróconej piramidy, od najistotniejszych do tych bardziej szczegółowych. Nieobligatoryjnym elementem wzmianki może być komunikat o funkcji autopromocyjnej – na przykład: *„Fakty” wracają punktualnie o dziesiątej trzydzieści (RMF), Więcej o tym w kolejnych „Faktach” (RMF), o szczegółach będziemy informować w kolejnym serwisie Trójki (PR3), Więcej na ten temat już za kilka minut w serwisie sportowym (PR3), w tej chwili trwa sprzątanie i do dwudziestej trzeciej droga powinna być przejezdna. Ja też spotkam się z Wami o dwudziestej trzeciej (ZET).*

Komunikaty niekiedy zapewniają o uzupełnieniu danej informacji w innych wydaniach, a czasem wyłącznie zachęcają do słuchania kolejnych serwisów informacyjnych. Wzmianki z komponentem autopromocyjnym występują w radiu publicznym, jak i komercyjnym.

Językowe ukształtowanie wzmianki pozwala wskazać na takie cechy jak:

- słownictwo nacechowane emocjonalne, nadające dramatyczny i sensacyjny wymiar prezentowanym informacjom;
- słownictwo fachowe i specjalistyczne (zabieg standardowy dla kanonicznego wariantu wzmianki), podkreślające rzetelność i wiarygodność nadawanych komunikatów;
- niejednolita struktura składniowa, naśladująca spontaniczną wypowiedź ustną, ożywiająca komunikaty radiowe;
- środki stylistyczne uatrakcyjnijające formę komunikatów;
- czasowniki w pierwszej osobie liczby mnogiej wskazujące na obecność odbiorcy w komunikacji radiowej.

Warstwa językowa wzmianki w radiu publicznym wykorzystuje mechanizmy językowe informacji komercyjnej, w której nadawca dąży nie tylko do powiadamiania, ale także do uatrakcyjnienia przekazu.

5.3.3 Notatka (informacja)

Kolejnym gatunkiem informacyjnym występującym w radiowych serwisach informacyjnych jest notatka. Ekwiwalentami terminologicznymi są: informacja, notka (prasowa).²⁴

INFORMACJA, NOTATKA – gatunek wypowiedzi medialnej powiadamiającej o zdarzeniu, ale w odróżnieniu od wzmianki – wzbogaconej o dodatkowe, poboczne, ale jednocześnie szczegółowe fakty, podawane statycznie. Odpowiada na pytania: kto?, co?, gdzie?, kiedy?, dlaczego?, w jaki sposób?²⁵

Regułą redagowania notatki jest zasada odwróconej piramidy, polegająca na umieszczaniu najistotniejszych informacji na początku tekstu. Nie ma obowiązku umieszczania faktów chronologicznie. W notatce można przywoływać dane z przeszłości w celu ich przypomnienia i uzupełnienia. Ze względu na miejsce opisywanych wydarzeń można wyróżnić informację: lokalną, krajową lub zagraniczną. Ze względu na źródło jej pochodzenia wskazuje się notatkę własną – napisaną przez etatowych dziennikarzy; agencyjną albo przedrukowaną – powtórzoną za innymi redakcjami. Z kolei, ze względu na temat notatki wyodrębnia się notatki: polityczne, ekonomiczne, kulturalne, sportowe, religijne, społeczne *etc.*²⁶

M. Wojtak podkreśla, że notatka odróżnia się od wzmianki sygnałami gatunkowymi i strukturą. Notatka prasowa jest gatunkiem spokrewnionym. Badaczka spośród notatek funkcjonujących w prasie wyodrębniła notatkę z dominantą informacyjną, będącą wzorcem kanonicznym, a także notatkę z dominantą publicystyczną. Do sygnałów gatunkowych należy zaliczyć:

- tytuł złożony ze schematycznego nadtytułu składającego się z formuły lokalizacyjnej lub głównego tematu wypowiedzi;
- kilkuakapitowy korpus.²⁷

Wzorcowy tytuł który pełni funkcję powiadamiającą, posiada najczęściej nominalne konstrukcje składniowe lub zdania głównie pojedyncze. W korpusie akapit inicjalny posiada formę sygnału, w którym w sposób rzeczowy udziela się odpowiedzi na klasyczne pytania informacji. Kolejne akapity są opisowe lub rozwijające. W ostatnim akapicie powtarza się podstawowe informacje albo umieszcza się dane najbardziej szczegółowe, co będzie

²⁴ *Słownik terminologii medialnej*, op. cit.

²⁵ *Ibidem*, s. 81.

²⁶ *Ibidem*, s. 81-82.

²⁷ M. Wojtak, *Analiza gatunków prasowych*, op. cit., s. 47.

realizowało zasadę odwróconej piramidy. Cel notatki to powiadamianie w określonej perspektywie, w możliwie obiektywny i rzeczowy sposób.

Informacja z dominantą publicystyczną posiada formę mniej spetryfikowaną. W tytule mogą pojawiać się pytania, gry językowe i graficzne oraz elementy interpretacyjne, np. leksyka wartościująca. W obrębie korpusu mogą występować opinia dziennikarska oraz przytoczenia wypowiedzi uczestników. W ostatnim akapicie może znaleźć się puenta, apel czy prognoza. Cel takiej wzmianki to wprowadzenie interpretacji i zderzenie różnych punktów widzenia.²⁸

W mediach komercyjnych informacje mają nie tylko powiadamiać, ale również przynosić rozrywkę. Nadawcy świadomie modyfikują informację w *infotainment*. Wówczas informację traktuje się jako towar, na którym można zarobić. Nie ma znaczenie to, co się przekazuje, ale w jaki sposób się to robi. Z drugiej jednak strony *infotainment* może być pomocnym narzędziem w realizacji dydaktycznej funkcji mediów, ponieważ poprzez zabawę można kształtować odpowiednie postawy społeczne.²⁹ w dobie pandemii było to niezwykle istotną rolą mediów, wówczas wszyscy mainstreamowi nadawcy medialni mówili jednym głosem na temat bezpieczeństwa i ochrony zdrowia.

Ze względu na to, że trudno jednoznacznie ocenić, czy dany news posiada formę notatki prasowej czy wiadomości, zdecydowałam się na zaklasyfikowanie rozbudowanych newsów jako wiadomości. Z kolei, te newsy, których tematyka nawiązuje do *infotainment*, uznałam za odmianę notatki, czyli *fait divers*.

5.3.3.1 **Fait divers**

Słownik terminologii medialnej wskazuje na dwie definicje tego pojęcia. Po pierwsze, *fait divers* (fr. ‘drobne wiadomości w gazecie’; *fait* ‘fakt’, *divers* ‘rozmaity’) jest to odmiana notatki, która posiada informację o nietypowym, nadzwyczajnym splocie wydarzeń. Ma ona tak zaskoczyć odbiorcę, by wzbudzić w nim ciekawość poznania trudnej do odgadnięcia przyczyny opisywanych wydarzeń. Forma *fait divers* zależy od przebiegu i zakończenia zdarzeń, a niewspółmierność przyczyn i skutków tworzy wyjątkowość tego gatunku dziennikarskiego. Po drugie, w prasie francuskiej jest to rubryka będąca kroniką wydarzeń, prezentująca przebieg poprzedniego tygodnia, zawierająca również typowe, mniej zaskakujące fakty. W prasie polskiej taką rubrykę można odnaleźć w tygodniku *Polityka*³⁰ M.

²⁸ Ibidem, s. 47-48.

²⁹ K. Wolny-Zmorzyński, A. Kaliszewski, W. Furman, op. cit., s. 38-39.

³⁰ *Słownik terminologii medialnej*, op. cit., s. 55.

Steciąg wykazała, że *fait divers* może przybierać różne formy – między innymi informacji z relacją reporterską.³¹

W przeanalizowanym materiale *fait divers* znaleziono w serwisach informacyjnych: Programu Trzeciego Polskiego Radia, Radia RMF FM oraz ZET. W pozostałych badanych audycjach nie występuje taka odmiana notatki prasowej. *Michałki* w materiale badawczym przybierają następujące formy:

- **wzmianka**

382.Prowadzący: Były już pierwsze wyjścia na spacer, otwarte kina, muzea, pierwsze koncerty. Jest i pierwsza po kwarantannie wygrana we włoskiej loterii Superenalotto. Szcz... Szczęśliwiec [przejęzyczenie] wytypował szóstkę liczb, które dały mu prawie sześćdziesiąt milionów euro wygranej. Los został kupiony na Sardynii. Najwyższy wygrana w tej grze, czyli niemal dwieście dziesięć milionów euro, padła w sierpniu zeszłego roku w Lombardii. [PR3 8.07.2020 10:00]

Struktura tej zmianki jest kanoniczna. Widać jednakże odstępstwa od wzorca w warstwie językowej. Na początku tekstu występuje gra słowna polegająca na wielokrotnym powtarzaniu liczebnika *pierwszy*.

383.Prowadzący: Oceanaria, jak wiele innych miejsc na świecie, są zamknięte z powodu koronawirusa. Skorzystały na tym pewne szczeniaki, które mogły po raz pierwszy wpaść z wizytą. Wyglądały na zachwycone. A po spotkaniu oko w oko z rekinem ucięły sobie drzemkę. To nie bajka, to fakty. Na poprawę humoru polecam film na RMF24.pl. [Dźingiel *Radio. Muzyka. Fakty. RMF FM*] [RMF 27.03.2020 17:00]

Kolejny *miczałek*, pochodzący ze stacji RMF FM, opisuje nietypową wizytę małych psów w oceanarium. Wiadomość ta ma na celu wsparcie radioodbiorców w trudnym czasie pandemii, co wiąże się również ze specyfiką informacji komercyjnej, która musi dostarczać słuchaczom rozrywki i sprawiać przyjemność.

384.Bogdan Zalewski (prowadzący): A to się nazywa sport. Szwedzki klub hokejowy podpisał umowę z zawodnikiem ze Słowacji Martinem Chovancem. Miał on się pojawić na lotnisku w Goeteborgu i faktycznie przed halą przylotów czekał mężczyzna z torbą sportową konkretnej marki, która miała być znakiem rozpoznawczym. Szwedzcy zawodnicy wysłani po gościa zapytali: „Słowak?”. Po potwierdzeniu powiedzieli: „Jedziesz z nami”. Dopiero po

³¹ M. Steciąg, op. cit., s. 127.

powitaniu przez działaczy okazało się, że to Peter Benes, który był w drodze do klubu unihokeja, czyli odmiany gry, ale na parkiecie, nie na lodzie. Obaj Słowacy przylecieli tym samym samolotem, mieli identyczne torby sportowe i czekali przed terminalem dwadzieścia metrów od siebie. [RMF 15.09.2020 10:00]

Kolejny michałek to zabawna anegdota. Sposób narracji przypomina naturalne opowiadanie dowcipu.

- **informacja z wypowiedzią uczestnika**

385. Artur Ewertowski (prowadzący): Wracamy jeszcze do kraju. Mężczyznę, który chciał zdać egzamin na prawo jazdy za kolegę, zatrzymano w Siedlcach. Do wojewódzkiego ośrodka ruchu drogowego przychodził w maseczce i czapce z daszkiem – opowiada Agnieszka Świerczewska z policji.

Agnieszka Świerczewska (rozmówczyni): Na szczęście wynik egzaminu był negatywny i musiał zapisać się na kolejny termin. I właśnie przy drugim podejściu został zatrzymany przez policjantów. Okazało się, że mężczyzna ten do egzaminu przystępował już czterokrotnie, co zweryfikowano na podstawie zabezpieczonej dokumentacji oraz zapisów z monitoringu.

Artur Ewertowski (prowadzący) o i trzydziestoosmiolatek usłyszał już zarzuty posłużenia się dokumentem tożsamości innej osoby. Grozi mu za to do dwóch lat więzienia. [PR3 31.07.2020 12:00]

Jest to informacja, która zawiera wypowiedź rzecznika prasowego policji. Najpierw prowadzący przekazuje kluczowe dane dotyczące omawianego zdarzenia. Następnie dokonuje parafrazy słów rzecznika, po której pojawia się pełna wypowiedź osoby zaangażowanej w tę sytuację. Na koniec następuje podsumowanie informacji dokonane przez prowadzącego. Informacja tworzy pozorny dialog dzięki spójności tematycznej – każda nowo pojawiająca się wypowiedź stanowi odniesienie do tego, co zostało już powiedziane, występuje także charakterystyczny dla spontanicznej wypowiedzi ustnej elementowi językowy: *no i*.

386. Prowadzący: Pieniądze na nowego busa zbiera w Internecie małżeństwo, które od dwudziestu lat prowadzi rodzinny dom dziecka w Łodzi. Chodzi o takie auto, które pomieści dziesięcioosobową rodzinę i pozwoli jej realizować pasję, czyli podróże. Poprzedni bus zepsuł się ponad rok temu, a jak mówi Ewelina, jedna z podopiecznych, nie jedno miejsce udało się dzięki niemu odwiedzić.

Ewelina (rozmówczyni): Zebraliśmy się ekipą przy stole, wyciągnęliśmy mapę i pokazywaliśmy miejsca, w których byliśmy. Biskupin na pewno, w Gdańsku, w Elblągu, w Nawolinie, dużo tych miejsc było tak w całej Polsce.

Prowadzący: Rodzinie udało się na razie zebrać połowę z potrzebnych dwudziestu pięciu tysięcy złotych. [ZET 24.01.2020 17:00]

Kolejny *fait divers* pochodzi z serwisu Radia ZET i opowiada o internetowej zbiórce małżeństwa prowadzącego rodzinny dom dziecka na nowy bus. Komponentem tej informacji jest między innymi wypowiedź jednej z podopiecznych. Układ tej informacji zbliżony jest do układu poprzedniej. Najpierw występuje wprowadzenie prowadzącego, parafraza wypowiedzi uczestnika, uzupełniający parafrazę fragment wypowiedzi, na koniec podsumowanie newsa dokonane przez prowadzącego.

387.Anita Kurosat (prowadząca): Osiemdziesięciu stulatków mieszka na Warmii i Mazurach. Najstarsza seniorka skończyła sto jedenaste lat. To mieszkanka Lidzbarka Warmińskiego. Najstarszy mężczyzna ma natomiast sto pięć lat i mieszka w Jezioranach – mówi Anna Ilukiewicz, rzecznik regionalnego ZUS-u.

Anna Ilukiewicz (rozmówczyni): Zakład Ubezpieczeń Społecznych świadczenia honorowe wypłaca z tytułu ukończenia stu lat. Wśród osób, które dożyły tego zacnego wieku, przeważają kobiety. Tutaj pań jest sześćdziesiąt. Natomiast panów jest jedynie dwudziestu.

Anita Kurosat (prowadząca): Takie świadczenie honorowe to prawie cztery tysiące trzysta złotych. [ZET 3.09.2020 16:00]

Następna informacja również pochodzi z Radia ZET i pokazuje rzadką sytuację otrzymywania dodatkowego świadczenia ZUS przez osoby, które ukończyły sto lat. Struktura tej informacji ma taki sam schemat jak poprzednie, czyli: wprowadzenie prowadzącego, parafraza słów osoby bezpośrednio związanej z wydarzeniem, fragment jej wypowiedzi, podsumowanie informacji przez prowadzącego.

- **informacja z korespondencją**

Kolejny sposób przedstawiania nietypowych faktów to informacja połączona z korespondencją, nie jest to jednak częste zjawisko. Korespondencja dotyczy raczej poważniejszych tematów.

388.Prowadzący: Na koniec tych „Faktów” jeszcze niezwykle odkrycie u śródziemnomorskich wybrzeży Francji. Badacze natrafili tam na podwodny las sprzed ośmiu tysięcy lat, o czym informuje nasz korespondent Marek Gładysz.

Marek Gładysz (reporter): W odległości około kilometra od Plage Montpellier na południu Francji nurkowie natrafili na świetnie zachowane w morskim piasku pnie niezliczonych drzew z epoki, kiedy zamiast morza znajdowała się tam puszcza. Archeolodzy znaleźli tam również pod wodą fragmenty ceramiki i proste narzędzia, co świadczy, że w tym zatopionym dzisiaj lesie żyli kiedyś ludzie. Badacze podkreślają, że są to najstarsze ślady ludzkiego życia odkryte dotąd w tym rejonie, co stanowi prawdziwą naukową sensację. [RMF 13.03.2020 12:00]

Forma tej informacji jest tradycyjna. Najpierw pojawia się wiadomość od prowadzącego, następnie korespondent rozwija temat. Korespondencja ma szablonowe struktury zdaniowe, np. *co świadczy, co stanowi, podkreślać*. Komercyjności tej informacji dodają przymiotniki nacechowane pozytywnie, np. *niezwykłe odkrycie, podwodny las, prawdziwa naukowa sensacja*. Na uwagę zasługuje zwłaszcza określenie *podwodny las*, które dodaje omawianej informacji magiczności, czym podkreśla się niezwykłość prezentowanej informacji.

Informacja typu *fait divers* może być również prezentowana za pomocą relacji reporterskiej:

- **informacja z relacją reporterską**

389.Prowadzący: Płacenie skanem tęczówki oka to już rzeczywistość. Na razie zapłacić spojrzeniem można w trzydziestu sklepach i restauracjach we Wrocławiu. Wrocławska spółka, która wymyśliła ten system, dostała dziesięć milionów złotych dofinansowania z funduszu unijnych i Narodowego Centrum Badań i Rozwoju na dalsze prace. Ma też zgodę Komisji Nadzoru Finansowego na te testy. Więcej o tym wie reporterka Radia ZET Grażyna Wiatr.

Grażyna Wiatr (reporterka): Żeby zapłacić skanem tęczówki, dany sklep czy restauracja musi posiadać specjalny terminal.

Krystian Kulczycki (rozmówca): Jest to urządzenie płatnicze zaprojektowane specjalnie do obsługi naszego systemu biometrycznego.

Grażyna Wiatr (reporterka): Jak mówi prezes Krystian Kulczycki PayEye, żeby zapłacić nie potrzeba żadnych kart i telefonów, ale trzeba pamiętać swój PIN. Spółka nie przechowuje zdjęć oczu klientów, tylko przerabia skany na specjalne kody w swoim systemie. Wrocław. Grażyna Wiatr. [Radio ZET. 5.07.2020 16:00]

Powyższy news nie stanowi rozbudowanej relacji reporterskiej, jednak umieszczenie w jego obrębie wypowiedzi prezesa spółki PayEye ożywia przekaz i czyni informację o płaceniu skanem tęczówki, która może wydawać się niewiarygodna, bardziej autentyczną.

5.3.4 Wiadomość (prasowa)

Wiadomość prasowa, potocznie zwana również wypowiedzią prasową, jest bardzo zbliżona do notatki. Wielokrotnie w środowisku dziennikarskim, zwłaszcza prasoznawczym stosuje się określenia *informacja* oraz *artykuł* w odniesieniu do wypowiedzi prasowej.

Do najważniejszych komponentów wiadomości w jej trójsegmentowej strukturze należą:

- tytuł – prosty lub złożony;
- lid;
- kilkuakapitowy korpus.

W strukturę wiadomości mogą zostać włączone inne gatunki, np. korespondencje, sprawozdanie, reportaże, wywiady czy felietony. Tym, co odróżnia wiadomość, jest to, że funkcjonuje jako samodzielny tekst.³²

Wiadomość funkcjonuje w dwu odmianach: z dominantą informacyjną (wzorzec kanoniczny) oraz z dominantą publicystyczną (wzorce alternacyjne i adaptacyjne). Wzorzec kanoniczny posiada spetryfikowaną budowę, zawierającą takie składniki jak:

- tytuł o funkcji powiadamiania o zdarzeniu;
- lid pojedynczy, pozbawiony elementów oceniających, lub streszczający;
- korpus przypominający sprawozdanie lub relację tworzący pozór obiektywnego przekazu.

Kolejność prezentowanych informacji wyznacza zasada odwróconej piramidy. Pragmatyczny aspekt tego gatunku polega na obiektywnym powiadamianiu o aktualnych faktach. M. Wojtak podkreśla, że w praktyce dziennikarskiej takie teksty powstają rzadko, stąd wzorzec informacji funkcjonuje bardziej w świadomości gatunkowej twórców niż jest przedmiotem tworzenia. Jej zdaniem nie jest możliwe, aby tak mocno spetryfikowany gatunek istniał na współczesnym rynku medialnym.³³

Wiadomość z dominantą publicystyczną to przede wszystkim jakościowe modyfikacje wzorca kanonicznego we wszystkich jego segmentach, które polegają na zastosowaniu:

- w tytule: gier graficznych i językowych;
- w lidzie: lidu komentującego, lidu-cytat lub lidu mieszanego;
- w korpusie: przytaczania wypowiedzi, komentarza, replik dialogowych, wywiadów, relacji, korespondencji *etc.*

³² M. Wojtak, *Analiza gatunków prasowych*, op. cit., s. 53-54.

³³ Ibidem, s. 54-55.

Dzięki temu wiadomość zyskuje wielostylowość i wielogłosowość.³⁴

Poniżej zostaną zaprezentowane przykładowe egzemplifikacje wiadomości.

5.3.4.1 Czysta wiadomość

W radiowych serwisach informacyjnych można znaleźć wiadomość w formie kanonicznej. Dotyczy to przede wszystkim radia publicznego, Radia Niepokalanów oraz Radia Maryja. Odnosi się ona przede wszystkim do tematów zagranicznych. Poniższy przykład wiadomości ma formę sprawozdawczą.

390.Prowadzący: Teraz zagranica. Francuska policja ewakuowała setki imigrantów z dwóch obozowisk w północnym Paryżu. Funkcjonariusze podjęli działania po wczorajszym ogłoszeniu przez rząd zaostrenia polityk dotyczących przyjmowania imigrantów. W akcji brało udział około sześciuset policjantów. Eskortowali oni nielegalnych migrantów z namiotów, a autokary transportowały uchodźców do ośrodków przyjęć. Ewakuowani to najczęściej osoby z Afganistanu lub Afryki Subsaharyjskiej. Prefekt paryskiej policji powiedział, że nie będzie dłużej tolerował takich obozowisk w pobliżu dróg i w żadnym innym miejscu publicznym w Paryżu. Dodał, że dzisiejsza operacja jest jedną z największych od czasu, kiedy w Paryżu zaczęły powstawać obozowiska namiotowe. Francuskie władze zaostrenie prawa tłumaczą chęcią odzyskania kontroli nad polityką dotyczącą imigracji. Zaostrzyć mają się między innymi przepisy dotyczące nadawania obywatelstwa i wydawania wiz. [PR3 7.11. 2020 10:00]

5.3.4.2 Wiadomość z wypowiedzią uczestnika wydarzeń (rozmówcy)

Kolejną formą wiadomości jest wiadomość z wypowiedzią uczestnika (rozmówcy). Jest to popularna forma w radiu publicznym oraz w Radiu Niepokalanów. Występuje sporadycznie w Radiu ZET. Ta odmiana wiadomości zazwyczaj ma następującą strukturę:

1. Wprowadzenie, w którym zazwyczaj ma miejsce parafraza fragmentu wypowiedzi uczestnika (rozmówcy) .
2. Wypowiedź uczestnika (rozmówcy) przywołana bezpośrednio.
3. Podsumowanie informacji przez prowadzącego.

Schemat prezentują poniższe przykłady.

391.Tomasz Marciniuk (prowadzący): A na koniec tych „Aktualności” Jasna Góra, gdzie dziś w nocy odbędzie się czuwanie modlitewne w intencji dobrego przygotowania do beatyfikacji kardynała Stefana Wyszyńskiego. Dodatkową intencją będzie modlitwa o uwolnienie Polski

³⁴ Ibidem, s. 55-56.

i świata od epidemii koronawirusa – mówi dyrektor Jasnogórskiego Instytutu Maryjnego ojciec Mariusz Tabulski.

Mariusz Tabulski (rozmówca): Chcemy się właśnie odwołać do tego, co było w sercu Prymasa Wyszyńskiego. W kaplicy znajduje się taki obraz, który mówi o tym cudownym uratowaniu przez Matkę Bożą Jasnej Góry i całej naszej Ojczyzny. To są tylko takie symboliczne znaki, do których właśnie Prymas odwoływał się.

Tomasz Marciuniuk (prowadzący): Nabożeństwo będzie transmitowane na youtube’owym kanale jasnagora.pl. Rozpocznie się o godzinie dwudziestej. Wcześniej, bo już za niespełna półtorej godziny, na antenie Programu Pierwszego Polskiego Radia transmitować będziemy dla chętnych nabożeństwo Drogi Krzyżowej z Bazyliki Świętego Krzyża w Warszawie. [PR 27.03.2020 17:00]

392.Prowadzący: Do wyborów cztery dni, a Prezydent Andrzej Duda za ocean. Wieczorem w Waszyngtonie będzie rozmawiał z Prezydentem Donaldem Trumpem między innymi o sprawach obronności. Zdaniem doktora Łukasza Stacha, politologa z Uniwersytetu Pedagogicznego w Krakowie, dla Dudy może to być okazja na dodatkowe punkty na finiszu kampanii.

Łukasz Stach (rozmówca): Jeżeli faktycznie Donald Trump obieca, że w Polsce, nie wiem, będzie stacjonowała na przykład dywizja amerykańska i my za to nie zapłacimy, no to wtedy to może mieć znaczenie dla kilku procent osób niezdecydowanych, o które toczy się gra. Jeżeli natomiast to będzie tylko takie spotkanie dwóch głów państwa i padną tam miłe słowa, to nie będzie miało większego znaczenia.

Prowadzący: Wcześniej, bo o piętnastej naszego czasu, przeciwko wizycie Andrzeja Dudy będą demonstrować w Waszyngtonie środowiska LGBT. [ZET 24.01.2020 13:00]

Wypowiedź uczestnika przełamuje szablonową strukturę kanonicznej wiadomości, dzięki czemu urozmaica przekaz. Włączenie cytatu uwiarygadnia także przekazywaną treść, wskazując na źródło informacji.

5.3.4.3 Wiadomość z korespondencją

Kolejnym z alternacyjnych komponentów wiadomości występującej w radiowym serwisie informacyjnym jest korespondencja, którą *Słownik terminologii medialnej* definiuje w następujący sposób:

KORESPONDENCJA – należy do najstarszych gatunków dziennikarskich. To rozbudowana informacja, która zakłada istnienie różnicy geograficznej (odległości)

między miejscem, gdzie relacja powstaje (i którego dotyczy), a miejscem, gdzie ma być opublikowana.³⁵

W terminologii dziennikarskiej wyróżnia się korespondencje z zagranicy, korespondencje krajowe, stołeczne (publikowane w innym mieście) oraz prowincjonalne (publikowane w stolicy). Tematyka i forma tego gatunku nie posiadają wielu restrykcyjnych wyznaczników, jednakże bardzo często jego postać zbliżona jest do artykułów, felietonów, reportaży czy listów. Autor korespondencji poprzez subiektywny wybór faktów sugeruje odbiorcy punkt widzenia na prezentowany temat. Korespondent powinien przedstawiać wydarzenia w sposób chronologiczny.³⁶ Korespondencja charakteryzuje się: „aktualnością przekazu, zwięzłością, ograniczającą treść do najistotniejszych faktów, opisowe i pogłębione ujęcia, podkreślające plastykę prezentowanego środowiska”.³⁷

Ze względu na to, że korespondencja jest jednym z najbardziej tradycyjnych gatunków dziennikarskich, występuje ona licznie w radiu publicznym, w Radiu Maryja oraz w Radiu Niepokalanów. Korespondencje dotyczą przede wszystkim informacji zagranicznych.

Program Pierwszy Polskiego Radia

Poniższy przykład wiadomości dotyczy relacji z modlitwy Papieża Franciszka za zmarłych wskutek zakażenia koronawirusem. Na początku prowadzący serwis dokonuje wprowadzenia. Jego wypowiedź przypomina uproszczoną informację, ponieważ odpowiada na pytania: kto? gdzie? kiedy? dlaczego? Czyni to w sposób bardzo lapidarny. Następnie pojawia się wypowiedź korespondenta, który rozwija poruszony temat. Elementami urozmaicającymi oraz aktualizującymi przekaz są nagrania modlitwy Papieża po włosku. Korespondencja ta zachowuje porządek chronologiczny i wymienia najistotniejsze fakty, dzięki czemu przypomina sprawozdanie. Co więcej, przywołuje ona słowa Papieża skierowane do całego świata poprzez cytaty oraz parafrazę. Ma ona emocjonalny i poruszający charakter. Relacja Piotra Kowalczuka w sposób bardzo obrazowy pokazuje przebieg modlitwy, opisuje on dokładnie zachowania Papieża i atmosferę towarzyszącą temu wydarzeniu.

393. Tomasz Marciniuk (prowadzący): Papież Franciszek modlił się o miłosierdzie dla cierpiących z powodu koronawirusa. Nabożeństwo nazwane „nadzwyczajna modlitwa w czasie pandemii” odbyło się przed Bazyliką Watykańską. W dniu, w którym we Włoszech potwierdzono rekordową liczbę ponad dziewięćset ofiar śmiertelnych koronawirusa.

³⁵ *Słownik terminologii medialnej*, op. cit., s. 106.

³⁶ *Ibidem*, s. 106.

³⁷ K. Wolny-Zmorzyński, A. Kaliszewski, W. Furman, op. cit., s. 49.

Piotr Kowalczuk (korespondent): Franciszek modlił się przed pustym, zamkniętym z powodu pandemii placem Świętego Piotra.

[fragment modlitwy Papieża po włosku]

Piotr Kowalczuk (korespondent): [dziennikarz tłumaczy słowa Papieża] „Boże Wszechmocny i miłosierny, spójrz na nasze cierpienia, pociesz swoje dzieci i otwórz nasze serca nadziei, byśmy poczuli Twą ojcowską obecność pośród nas.” [koniec tłumaczenia] w homilii powiedział, że nie jesteśmy samowystarczalni. Potrzebujemy Jezusa, aby powierzyć mu nasze obawy, lęki. Tylko On może je przezwyciężyć. Następnie Franciszek w skupieniu zatrzymał się przed czczoną przez rzymian ikoną Matki Bożej *Salus Populi Romani* i krucyfiksem Świętego Marcelego, który według wierzeń w szesnastym wieku położył kres epidemii dżumy. Po błaganiach o miłosierdzie i adoracji Najświętszego Sakramentu. Franciszek udzielił błogosławieństwa *urbi et orbi*. Piotr Kowalczuk. Polskie Radio. Rzym. [PR 27.03.2020 19:00]

Program Trzeci Polskiego Radia

Niniejsza wiadomość dotyczy ogólnej sytuacji związanej z pandemią na świecie. Na początku prowadzący dokonał krótkiego wprowadzenia, podając liczbę ofiar śmiertelnych i zakażeń na całym świecie, jednocześnie podkreślając aktualność tych danych i odwołując się do ich źródła. Fragment ten przypomina lid wiadomości. Następnie ma miejsce wypowiedź korespondenta, który w sposób sprawozdawczy rozwija to zagadnienie. Porządek prezentowanych danych respektuje zasadę odwróconej piramidy. Nadawca dystansuje się do prezentowanych informacji, o czym świadczy styl wypowiedzi, w której dominuje mowa zależna.

394.Prowadzący: Dziewięćset trzydzieści pięć tysięcy ofiar śmiertelnych oraz dwadzieścia dziewięć i pół miliona zakażeń – to najnowsze dane na temat pandemii koronawirusa na świecie. Podają je naukowcy z amerykańskiego Uniwersytetu Johns Popkina, którzy zajmują się monitorowaniem sytuacji na świecie.

Wojciech Cegielski (korespondent): Indie są drugim na świecie krajem, gdzie liczba zachorowań na covid-19 przekroczyła pięć milionów. Więcej przypadków koronawirusa zanotowano jedynie w Stanach Zjednoczonych, gdzie zachorowało sześć milionów siedemset tysięcy osób. Brazylia tymczasem, gdzie liczba ofiar śmiertelnych jest jedną z najwyższych na świecie, poinformowała, że w kraju zmarło wczoraj ponad tysiąc sto osób – najwięcej od początku września. Chiny zaczynają szczepić na koronawirusa tysiące swoich obywateli. Informacja ta wywołała zaniepokojenie specjalistów, bo opracowywana tam szczepionka nie przeszła jeszcze wszystkich niezbędnych testów. Tę samą substancję dopuściły do użytku

także Zjednoczone Emiraty Arabskie. Światowa Organizacja Turystyczna informuje tymczasem, że straty w sektorze turystycznym na świecie od początku pandemii wynoszą co najmniej czterysta pięćdziesiąt miliardów dolarów. Wojciech Cegielski. [Polskie Radio. PR3 10.09.2020 10:00]

Radio Niepokalanów

Poniższa wiadomość również dotyczy przebiegu pandemii koronawirusa na świecie, ale zanim wirus ten pojawił się w Polsce. Rozpoczyna się od wprowadzenia, które przypomina albo rozbudowaną wzmiankę, albo krótką notatkę prasową. W pierwszym zdaniu pojawia się najbardziej istotna informacja dla odbiorców, ponieważ dotyczy ona Polski. Następnie prowadząca wymienia liczbę zachorowań w państwach, do których dotarł koronawirus, w kolejności od największej do najmniejszej. Wypowiedź kończy informacją dotyczącą Belgii, w której nawiązuje do wypowiedzi korespondentki. Korespondencja przypominająca sprawozdanie wzbogacona jest o wypowiedź profesora, która z jednej strony ma urozmaicać formę przekazu, z drugiej ma potwierdzać jego wiarygodność i rzetelność. Przed wypowiedzią eksperta korespondentka przywołuje jego słowa za pomocą mowy zależnej. Język przekazu ma charakter oficjalny i szablonowy w celu zobiektywizowania komunikatu i umieszczenia jak największej liczby informacji w jak najkrótszym czasie. A końcu każdej wypowiedzi korespondentów Polskiego Radia pojawia się imię i nazwisko dziennikarza, miejsce, z którego nadaje komunikat oraz nazwa radiostacji, z którą dziennikarz się utożsamia. W poniższym przypadku ten ostatni element jest pominięty, ponieważ Radio Niepokalanów wykupuje serwisy od Informacyjnej Agencji Radiowej, jak już to zostało wcześniej zaznaczone.

395.Małgorzata Miszczak: W Polsce nie odnotowano dotąd przypadku zarażenia koronawirusem.

Jak podaje Polska Agencja Prasowa, w Chinach liczba ofiar śmiertelnych wzrosła do trzystu sześćdziesięciu jeden. Od wczoraj liczba zakażonych wzrosła o ponad dwa tysiące osiemset i wyniosła ponad siedemnaście tysięcy dwieście. W Europie zakażonych jest dwadzieścia pięć osób. W Niemczech dziesięć, we Francji potwierdzono sześć zakażeń, po dwa w Rosji, we Włoszech i w Wielkiej Brytanii, po jednym w Finlandii, Szwecji i Hiszpanii. Także do Belgii z Wuhan wróciła wczoraj dwunastoosobowa grupa obywateli tego kraju. Teraz osoby te przechodzą kwarantannę.

Beata Płomecka (korespondentka): Belgowie po wylądowaniu na lotnisku wojskowym w pobliżu Brukseli zostali wywiezieni pod eskortą do pobliskiego szpitala. Tam przez czternaście dni będą pod obowiązkową kwarantanną. Profesor Herman Goossens

z uniwersytetu w Antwerpii powiedział we flamandzkiej telewizji VRT, że izolacja jest niezbędna.

Herman Goossens (rozmówca): [tłumaczenie]: Nie wiemy jeszcze wszystkiego na temat koronawirusa. Mamy wrażenie, że przenosi się z człowieka na człowieka, ale nie wiemy jak szybko. Jest nadzieja, że izolując ludzi, w ten sposób uda się zahamować rozprzestrzenianie się wirusa.

Beata Płomecka (korespondentka): Teraz cała dwunastoosobowa grupa będzie przebadana. Zostaną zrobione testy. Jeśli okaże się, że ktoś zachorował, wtedy taka osoba zostanie natychmiast przewieziona na leczenie do wyznaczonego specjalistycznego szpitala w belgijskiej stolicy. Beata Płomecka. Bruksela. [RN 3.02.2020 10:00]

5.3.4.4 Wiadomość z relacją reporterską

Bardzo popularną formą newsa w komercyjnych radiowych serwisach informacyjnych jest wiadomość z relacją reporterską. Występuje ona także w radiu publicznym i w Radiu Maryja . Brak tej formy w Radiu Niepokalanów. Najczęstsza jest jednak w radiu komercyjnym.

RELACJA REPORTERSKA – jedna z typowych dla mediów elektronicznych form dostarczania odbiorcy „gorących” informacji, odpowiednik obserwacji uczestniczącej w reportażu. Czas między zdarzeniem a informacją o nim przekazaną na antenie powinien być równy zeru (swoistość radia). Podstawowym wyznacznikiem relacji jest obecność redaktora na miejscu zdarzenia. W tzw. relacjach „z drugiej ręki” dopuszcza się, by reporter powoływał się na bliżej nieokreślonych, naocznych świadków.³⁸

Program Pierwszy Polskiego Radia

Poniższy przykład jest relacją dziennikarską pokazującą tradycyjne obchody Bożego Narodzenia w podlaskich miejscowościach. W niniejszym fragmencie serwisu brak bezpośrednich językowych wykładników wskazujących na komunikację pomiędzy dziennikarzem a rozmówcami. Postać reportera zdobywającego materiał dziennikarski jest tutaj niewidoczna. Przed wypowiedziami kolędników pojawia się zapowiedź relacji reporterskiej w postaci przywołania tematu, którego będzie ona dotyczyć. Funkcję zapowiedzi relacji pełnią również efekty dźwiękowe, którymi w tym przypadku jest śpiew kolędników z Podlasia. Wypowiedzi kolędników zawierają potoczny, stanowią naturalną spontaniczną wypowiedź. Relacji reporterskiej towarzyszy autentyczny śpiew kolędników.

³⁸ *Słownik terminologii medialnej*, op. cit., s. 185.

396.Prowadzący: Dziś uroczyste obchody Bożego Narodzenia. W **wielu** podlaskich miejscowościach z bogatym repertuarem kolęd w różnych językach wyruszyły grupy kolędnicze.

[kolędnicy śpiewają kolędy]

Kolędniczka (rozmówczyni 1): **Chodzimy od domu do domu. Sama również chętnie przyjmuję, jeżeli tylko widzę kolędników, to nigdy nie zamykamy drzwi, tylko zapraszamy.**

Kolędnik (rozmówca): **Ze Świąt troszkę się zrywam i idę z kolegami kolędować. Bierzymy gwiazdę, bo to jednak jest taka wyjątkowa atmosfera.**

Kolędniczka 2 (rozmówczyni 2): **Staramy się spotkać, razem pośpiewać, dzieci też kolędują, pozbierają różne drobiazgi, także staramy się podtrzymywać tę tradycję, bo jest to, uważam, bardzo ważne, żeby dzieci miały świadomość, że kiedyś się chodziło po domach, w rodzinie się po prostu śpiewało.**

[kolędnicy śpiewają kolędy]

Prowadzący: A cerkiewne kolędy w wykonaniu chórów z Podlasia i zza granicy będzie można usłyszeć w najbliższy czwartek i piątek w operze i w filharmonii podlaskiej w Białymstoku.[dźingiel] [PR1 7.01.2020 11:00]

Następny fragment również jest przykładem relacji reporterskiej, w której poruszony jest temat złamania kwarantanny w Wolbronie. Po wypowiedzi reportera wprowadzającej w temat ma miejsce zapowiedź wypowiedzi policjanta, która składa się z czasownika *mówić*, imienia i nazwiska oraz nazwy instytucji. Istotne jest zastosowanie formy czasu teraźniejszego, która ma wzmocnić u odbiorcy wrażenie jednoczesności nadawania programu i jego odbioru.

397.Paweł Pawlica (prowadzący): Do przypadku złamania kwarantanny doszło **między innymi** w Małopolsce w miejscowości Wolbron. Policjanci zastali trzydziestodwuletniego mieszkańca tej gminy w domu, jednak jego sąsiedzi poinformowali, że mężczyzna mimo zakazu wychodzi do sklepu. **Mówi Sebastian Gleń z małopolskiej policji.**

Sebastian Gleń (rozmówca): On był w tym sklepie, kupował między innymi alkohol.

Paweł Pawlica (prowadzący): Policjanci kontrolują też liczbę osób w komunikacji zbiorowej oraz w parkach. Do złamania rozporządzenia ministra zdrowia doszło między innymi w Zatorze koło Oświęcimia. [PR1 27.03.2020 18:00]

Następny przykład newsa pokazuje relację z obrad sejmowych. Wrażenie bezpośredniego nadawania relacji z miejsca zdarzenia buduje bezpośredni zwrot do reportera z zapytaniem o przebieg obrad. Słowa reportera uzupełniają wypowiedzi posłów: Krzysztofa Gackowskiego z Lewicy oraz Jadwigi Emilewicz z Prawa i Sprawiedliwości. Relację zamyka

komunikat podsumowujący reportera. Na koniec newsa serwisant zwraca się do reportera z podziękowaniem oraz przedstawia go z imienia i nazwiska.

398.[dżingiel] Prowadzący: W Sejmie trwa przerwa w obradach. Marszałek Elżbieta Witek zarządziła ją do godziny dwudziestej pierwszej, ale zastrzegła, że może ulec wydłużeniu. Wcześniej podczas drugiego czytania zgłoszono dwieście pięćdziesiąt siedem poprawek do pakietu ustaw w tak zwanej tarczy antykryzysowej. To zestaw rozwiązań, które mają zniwelować gospodarcze skutki pandemii koronawirusa. Dzisiejsze obrady Sejmu, które częściowo odbywają się zdalnie, obserwuje Mariusz Pieśniewski. Mariuszu, powiedz, kto złożył poprawki do ustaw.

Mariusz Pieśniewski (reporter): Poprawki do projektu tak zwanej tarczy antykryzysowej złożyła zarówno opozycja, jak i sama partia rządowa. PiS chce na przykład dodatkowych ułatwień dla samozatrudnionych prowadzących jednoosobową działalność gospodarczą, które mogłyby ułatwić skorzystanie ze zwolnienia z ZUS-u, a podczas debaty w Sejmie każdy klub zapowiedział złożenie po kilka, kilkadziesiąt poprawek, ale z drugiej strony pojawiały się też zapowiedzi, że dobre rozwiązania zaproponowane przez rząd mogą liczyć na poparcie – mówi poseł Lewicy Krzysztof Gawkowski.

Krzysztof Gawkowski (rozmówca): I my jako politycy również musimy przyspieszyć. Rodacy potrzebują pomocy. Mają obawy. Jak się utrzymać? Czy dostaną pensję? Czy zapłacą za czynsz, ratę kredytu czy za jedzenie? Nie ma zatem dzisiaj nic ważniejszego niż wypracowanie rozwiązań, które zabezpieczą wszystkich, przed kryzysem.

Mariusz Pieśniewski (reporter): Do projektu rządu przekonywała Jadwiga Emilewicz. Potrzebna jest solidarność – tłumaczyła minister rozwoju.

Jadwiga Emilewicz (rozmówczyni): Będziemy znowu jak te czterdzieści lat temu próbować budować Solidarność. Będziemy tej solidarności bardzo potrzebować. Solidarności młodszych ze starszymi, solidarności między pracodawcą a pracownikiem, solidarności pomiędzy przedstawicielami administracji a wszystkimi obywatelami.

Mariusz Pieśniewski (reporter): Tymczasem poseł PiS, szef Komitetu Stałego Rady Ministrów Łukasz Szrajber mówił dziś w Sejmie, że będzie rekomendował klubowi PiS zagłosowanie za częścią poprawek opozycji.

Tomasz Marciniuk (prowadzący): Mariusz Pieśniewski. Dziękuję za relację. [PR1 27.03.2020 18:00]

Program Trzeci Polskiego Radia

Niniejszy fragment pokazuje sytuację, w której najpierw prowadzący serwis zapowiada relację reportera, następnie reporter wprowadza wypowiedzi swoich rozmówców

i jednocześnie w ten sposób informuje o laureatach nagrody *Złote mikrofony*, o której mowa w newsie.

399. Prowadzący: Złote mikrofony trafiają do kolejnych wyjątkowych radiowców. To nagrody Polskiego Radia przyznawane za zaangażowanie i wybitne osiągnięcia. Są wręczane od tysiąc dziewięćset sześćdziesiątego dziewiątego roku. Do tej pory statuetkę otrzymało ponad dwieście pięćdziesiąt osób, a z niektórymi laureatami rozmawiała Dorota Piotrowska.

Dorota Piotrowska (reporterka): Wśród wyróżnionych są wieloletnia korespondentka Polskiego Radia Beata Płomecka.

Beata Płomecka (rozmówczyni 1): Czasami piszę korespondencję dwie, trzy godziny. Bo trzeba to najpierw zrozumieć, przełożyć na język polski, potem na język zrozumiały, a potem to jeszcze opowiedzieć słuchaczowi.

Dorota Piotrowska (reporterka): Lektor Maciej Głodowski...

Maciej Głodowski (rozmówca): Praca w radiu została zauważona, ktoś docenił, ale w taki miły, fajny, dobry, ciepły sposób, dlaczego? Dlatego, że to koledzy radiowi przyznają swoim kolegom radiowym tę nagrodę.

Dorota Piotrowska (reporterka): Czy realizatorka dźwięku Magdalena Wojtulanis.

Magdalena Wojtulanis (rozmówczyni 2): Parę chrztów przeszłam w radiu. Najpierw były same nagrania, potem były żywce [śmiech], czyli audycje na żywo, a takim wielkim wydarzeniem była pierwsza transmisja w życiu.

Dorota Piotrowska (reporterka): Dorota Piotrowska. Polskie Radio. [PR3 13.02.2020 17:00]

Radio RMF FM

W Radiu RMF FM relacja reporterska, składająca się na wiadomość, przybiera złożone formy.

- **relacja reporterska w formie wywiadu**

Kolejny przykład to dialog prowadzącego i reportera. Prowadzący niejako zadaje pytanie reporterowi w imieniu radiosłuchaczy. Sposób zadawania pytań jest naturalny, przypomina spontaniczną rozmowę. Warstwa językowa odpowiedzi reportera łączy ze sobą leksykę potoczną (np. metafora *coś uderzy w coś*, frazeologizm *czas głośno to powiedzieć*, słownictwo nacechowane emocjonalnie *fatalnie*, *radykałnie*), dostosowaną do codziennego sposobu komunikowania się odbiorców, z leksyką specjalistyczną (*obniżyć prognozy*, *wzrost*, *kryzys*), której obecność wynika z tematyki newsa. W wypowiedzi reporterskiej widać także wpływ pandemii na system leksykalny, co pokazuje użycie neologizmu *koronawirusowe* oraz nowego połączenia wyrazowego *zaostrzona kwarantanna*. Relacja kończy się wypowiedzią prowadzącego z informacją o miejscu jej nadawania i przedstawieniem reportera.

400.Ewa Kwaśny (prowadząca): Fatalny start notowań na światowych giełdach. Warszawska giełda zaczęła notowania aż z siedmioprocentowym minusem. Powodem koronawirus. **Krzysztof Berenda teraz w „Faktach”. Dzień dobry.**

Krzysztof Berenda (reporter): **Witam.**

Ewa Kwaśny (prowadząca): **Krzysztofie, a jak pozostałe giełdy?**

Krzysztof Berenda (reporter): Też fatalnie. Giełda niemiecka traci siedem i pół procent, tak samo londyńska oraz paryska.

Ewa Kwaśny (prowadząca): **A z czego konkretnie wynikają tak silne spadki?**

Krzysztof Berenda (reporter): Powody są dwa: oba koronawirusowe. Po pierwsze, północne Włochy, w tym miasto takie jak Mediolan, zostały objęte zaostrożoną kwarantanną. Zamknięte są kina, dyskoteki, stadiony. Bary i restauracje mogą działać tylko do godziny osiemnastej. To uderzy w lokalne biznesy i handel towarami. I po drugie, świat finansów widzi, że to bardzo mocno uderzy w całą gospodarkę, no i czas głośno to powiedzieć, może wywołać kolejny kryzys.

Ewa Kwaśny (prowadząca): **Krzysztofie, to ja muszę zadać to pytanie jeszcze, ten kryzys jest możliwy?**

Krzysztof Berenda (reporter): Niestety jest możliwy. Przed chwilą ekonomiści mBanku radykalnie obniżyli swoje prognozy. Do tej pory twierdzili, że w tym roku nasza gospodarka urośnie o dwa i osiem dziesiątych procent. Teraz wieszczą, że ten wzrost wyniesie tylko jeden i sześć dziesiątych procent. No bo zamiast jeździć na wakacje i chodzić po sklepach po prostu częściej będziemy siedzieć w domach.

Ewa Kwaśny (prowadząca): To była Warszawa i Krzysztof Berenda. [RMF 9.03.2020 10:00]

Inna relacja reporterska stanowi przykład rozmowy reportera z mieszkańcami gminy Baranów na temat głosowania w wyborach korespondencyjnie.

401.Ewa Kwaśny (prowadząca): Dokładnie trzy tysiące osiemset dwadzieścia osób sześć zgłosiło do północy chęć głosowania korespondencyjnego w wielkopolskim Baranowie koło Kępna. To jedna z dwóch gmin w kraju, której mieszkańcy w wyborach prezydenckich mają głosować wyłącznie listownie. Nasz reporter Mateusz Chłystun rozmawiał z mieszkańcami tej gminy. Mateuszu, jakie są opinie, o takim właśnie sposobie głosowania.

Mateusz Chłystun (reporter): Zdania wśród mieszkańców są podzielone. W większości jednak stosują się do instrukcji i nowego sposobu oddania głosu. Choć, jak sami mówią, mają nadzieję, że korespondencyjnie głosują po raz pierwszy i ostatni w życiu. Spotkałem też jednak mieszkańca, który pobrał zaświadczenie o prawie do głosowania i wybiera się do lokalu w sąsiedniej gminie.

Mieszkaniec 1 (rozmówca 1): Bo ja chcę to zrobić sam osobiście, a nie tam, że korespondencyjnie.

Mateusz Chłystun (reporter): Dostał pan kartę?

Mieszkaniec 2 (rozmówca 2): Tak, do przygotowania nie mam żadnych zastrzeżeń.

Mieszkanica (rozmówczyni 1): Zobaczymy po wyborach, jak to wszystko będzie wyglądało.

Mateusz Chłystun (reporter): Mówili mi mieszkańcy Baranowa. Ci, którzy deklarację o chęci głosowania składali w tutejszym urzędzie gminy, swoje uwagi przekazywali urzędnikom.

Ilona Skiba (rozmówczyni 2): Osoby są wręcz niektóre tutaj zirytowane, w tak bardzo krótkim czasie muszą urząd poinformować. Bardzo mało czasu mają na oddanie tego głosu.

Mateusz Chłystun (reporter): Usłyszałem od sekretarza gminy Baranów Ilony Skiby. Udział w wyborach korespondencyjnych zadeklarowała tu mniej więcej połowa uprawnionych do głosowania. [dźingiel] [RMF 25.06.2020 12:00]

Kolejne dwie relacje reporterskie dotyczą powodzi, zdarzenia, dla którego relacja reporterska jest najlepszym gatunkiem do prezentacji ze względu na dynamiczny charakter przedstawionego zjawiska. Relacje te przypominają reportaże radiowy, czyli tzw. *feature*.

402. Marcin Buczek (reporter): tu są drobne zakłady, warsztaty i hurtownie. No i większość była pod wodą. Teraz, co prawda, woda już opadła, ale pozostały zwały błota, w którym, myślę, że można spokojnie powiedzieć dosłownie brodzi się tu praktycznie po kostki. Na zewnątrz suszy się już to, co udało się wynieść, ale bardzo trudno ocenić w tej chwili, z których tych urządzeń czy mebli będzie można skorzystać. No i wszędzie trwa tu wielkie sprzątanie.

Kobieta (rozmówczyni): Myślę, że w miarę możliwości będziemy się starać jak najszybciej się uporać z tym wszystkim.

Marcin Buczek (reporter): Widzę, że wszystko wynosicie na zewnątrz.

Kobieta (rozmówczyni): No tak, no bo jeśli jest wszystko zamoczone, no to trzeba wziąć i wszystko przewietrzyć, żeby przeschło.

Marcin Buczek (reporter): Wszędzie szlam i glina.

Mężczyzna (rozmówca): No jak widać.

Marcin Buczek (reporter): Tuż obok jest hydrant i co chwilę podjeżdżają tu wozy strażackie, żeby napełnić zbiorniki i tam, gdzie trzeba likwidować skutki powodzi. Z ulicy Towarowej w Jaśle Marcin Buczek. [dźingiel Raport reporterów RMF FM] [RMF 29.06.2020 10:00]

403. Marcin Buczek (reporter): Przede wszystkim trzeba wypompowywać wodę z zalanych miejsc oraz usuwać gałęzie, konary i resztki wyrwanej trawy, które przyniosła tu woda. Tam, gdzie to możliwe, mieszkańcy zmywają już naniesiony muł i błoto, a jak mówi mi jeden z nich, ulicą dosłownie płynęła tu rzeka, a podwórka przypominały wielkie rozlewiska. [melodia wpisująca się w dźingiel stanowiąca tło newsa]

Mieszkaniec (rozmówca): Tutaj to szła woda, no na takiej wysokości.

Marcin Buczek (reporter): Pół metra.

Mieszkaniec (rozmówca): Drzewa, drzewa, niosło, śmieci, wszyściuteńko. Widać, jak ten żwir tu wyrwało całkiem, bo to było zrównane. No horror żeśmy przeżyli, ale Bogu dziękować. Wie pan no, przeżyłem sześćdziesiąt pięć lat, takiego czegoś nie przeżyłem w życiu. Nie życzyłbym.

Marcin Buczek (reporter): I jeszcze jeden bardzo znamieny widok. Tuż przed wjazdem na tę ulicę jeszcze niedawno był chodnik. Był. Bo na bardzo długim odcinku kostka brukowa została najpierw podmyta, potem całkowicie przeniesiona z ogromną siłą w dół ulicy. Naprawa tego uszkodzonego chodnika już się rozpoczęła. Z ulicy Marii Konopnickiej w Jaśle.
Marcin Buczek.

Ewa Kwaśny (prowadząca): Dwie osoby zostały ranne w zderzeniu dwóch samochodów osobowych na drodze krajowej numer jedenaście w pobliżu miejscowości Ciasna w Śląskiem. Trasa jest zablokowana. [RMF 29.06.2020 13:00]

Radio ZET

W Radiu ZET wiadomość z relacją reporterską również ma złożoną formę.

- **relacja reporterska z wywiadem**

W poniższej relacji ze skoków narciarskich wykorzystano aż pięć krótkich wypowiedzi anonimowych uczestników wydarzenia sportowego. Wypowiedzi te mają wyrażać atmosferę panującą wśród kibiców. Nastrój towarzyszący zawodom oddają także efekty dźwiękowe w tle relacji, czyli okrzyki kibiców i dźwięk wuwuzeli. Emocjonalności relacji dodają nacechowane pozytywnie leksemy zawarte w wypowiedziach kibiców, np. *szal*, *gorąco*, *super*.

404.Prowadzący: Zakopane w ten weekend, jak co roku, żyje skokami narciarskimi. Na Wielkiej Krokwi trwa oficjalny trening, a za godzinę zaczną się kwalifikacje do konkursu indywidualnego. Jutro zawody drużynowe, ale już dziś pod skocznią można poczuć atmosferę prawdziwego sportowego święta.

[w tle okrzyki kibiców i dźwięk wuwuzeli]

Głos (rozmówca 1): To jest przedsmak tego, co będzie jutro także.

Dziennikarz (reporter): **No właśnie, czego się spodziewamy jutro?**

Głos 1 (rozmówca 1): No szału oczywiście, szału przede wszystkim.

Głos 2 (rozmówca 2): W tamtym roku też byliśmy i super było.

Głos 3 (rozmówca 3): Rewelacja.

Głos 4 (rozmówca 4): Tylko w telewizji się tego nie zobaczy.

Głos 5 (rozmówca 5): Myślę, że będzie gorąco. Liczymy, że nasi wygrają.

Prowadzący: Do tej pory Polacy wygrywali na Wielkiej Krokwi dziesięć razy indywidualnie i raz drużynowo, a z kibicami w Zakopanem rozmawiał reporter Radia ZET Krzysztof Wilanowski. [ZET 24.01.2020 17:00]

- **relacja reporterska z wypowiedzią rozmówcy**

Niniejsza relacja reporterska dotycząca pozwów frankowiczów została uzupełniona o anonimową wypowiedź jednej z osób składających pozew. Wprowadzenie łączy z korpusem relacji pytanie skierowane do dziennikarza.

405.Prowadzący: Pierwszy pozew zbiorowy frankowiczów przeciw Skarbowi Państwa. Podpisało się pod nim ponad czterystu poszkodowanych, którzy twierdzą, że umowy z bankami na kredyty we frankach szwajcarskich były nieuczciwe i nie uprzedzały o ryzyku. Daniel Wrzos rozmawiał z frankowiczami. **Czego żądają?**

Daniel Wrzos (reporter): Nie chcą pieniędzy domagają się jednak pociągnięcia do odpowiedzialności urzędników, instytucje i polityków, którzy niewiele zrobili, żeby pomóc frankowiczom. Na świadka chcą powołać między innymi prezesa Kaczyńskiego i Premiera Morawieckiego, który wcześniej był prezesem jednego z banków.

Kobieta (rozmówczyni): Ja ufam w niezawisłość sędziego, który przyjmie tę sprawę, który będzie rozpatrywał to i odsunie na bok jakieś animozje polityczne czy też sympatie.

Daniel Wrzos (reporter): **Według Barbary Husiew ze Stowarzyszenie „Stop Bankowemu Bezprawiu” prawie milion osób może być poszkodowanych w tej sprawie.**

Prowadzący: Ci frankowicze, którzy złożyli pozew przeciwko mBankowi decyzją Sądu, nie muszą płacić rat kredytu. [ZET 24.06.2020 13:00]

Inna relacja reporterska z Radia ZET opisuje używanie na lotniskach kamer termowizyjnych kontrolujących temperaturę pacjentów. Zawiera ona wypowiedź eksperta – przedstawiciela firmy produkujące kamery termowizyjne.

406.Paweł Nadrowski (prowadzący): Na wakacje w czasie pandemii szykują się polskie lotniska. Większość ma już kamery termowizyjne. Wyłapują z automatu wszystkich, którzy mają podwyższoną temperaturę. Czy to wiarygodna metoda sprawdzania pasażerów? O tym reporter Radia ZET Jacek Czarnecki.

Jacek Czarnecki (reporter): Kamera termowizyjna rejestruje promieniowanie ciepłe emitowane przez pasażerów. Pomiar jest dokonywany jeszcze przed wejściem na lotnisko. I jak mówi Piotr Bettin, przedstawiciel firmy produkującej takie kamery, nie da się tego systemu oszukać.

Piotr Bettin (rozmówca): Nie zmyli kubek z gorącą kawą ani inne źródło ciepła, ponieważ temperatura mierzona jest w obszarze głowy.

Jacek Czarnecki (reporter): Gdy system wykryje pasażera z temperaturą większą niż trzydzieści osiem stopni Celsjusza, automatycznie zaalarmują obsługę i osoba taka będzie odesłana na badanie do lotniskowych służb medycznych.

Paweł Nadrowski (prowadzący): Chrzest bojowy na lotniskach już na początku lipca, wtedy większość linii przywróci też wakacyjne rejsy. [ZET 25.06.2020 12:00]

Radio Maryja

W Radiu Maryja relacje reporterskie dotyczą przede wszystkim prac sejmowych. Ich forma z reguły jest stała – reporter w swojej relacji wpłata wypowiedź rozmówcy.

- **relacja reporterska z wypowiedzią rozmówcy**

407.Piotr Brzezina (prowadzący): W Sejmie trwa drugie czytanie projektu dotyczącego walki z epidemią koronawirusa. Planowane jest też głosowanie. Do późnych godzin nocnych nad propozycją pracowała sejmowa komisja zdrowia.

Zuzanna Dąbrowska (reporterka): Po ponad jedenastu godzinach obrad Sejmowa Komisja Zdrowia zakończyła pracę nad czterema poselskimi projektami autorstwa Koalicji Obywatelskiej, Lewicy, PiS oraz PSL związanymi z walką z epidemią. Za wiodącą została uznana propozycja partii rządzącej. Zakłada ona między innymi wyłączenie medyków z odpowiedzialności karnej w czasie epidemii, podwyższenie ich wynagrodzeń, a także ułatwienia w zatrudnianiu lekarzy spoza Unii Europejskiej. Komisja przyjęła kilkadziesiąt poprawek do projektu. Na przykład taką, że nieprzestrzeganie obowiązku zakrywania ust i nosa w sklepie będzie stanowiło uzasadnioną przyczynę odmowy sprzedaży. Sejmowa Komisja rekomenduje przyjęcie ustawy z poprawkami – wskazał w Sejmie szef Komisji Zdrowia poseł PiS Tomasz Latos.

Tomasz Latos (rozmówca): W czasie, w trakcie posiedzenia zostały zgłoszonych pięćdziesiąt trzy wnioski mniejszości, które będą podczas trzeciego czytania głosowane. Chcę podkreślić dobrą pracę, którą przez wiele godzin wykonano w Komisji Zdrowia, którą mimo różnego rodzaju różnych stanowisk, także i sporów, udało się sprawnie i merytorycznie przeprowadzić.

Zuzanna Dąbrowska (reporterka): Inna zaakceptowana przez Komisję poprawka mówi, że żołnierze, funkcjonariusze SKW oraz SWW, a także służby więzienne delegowani do zadań przy epidemii będą mieli prawo do stu procent uposażenia w razie kwarantanny lub izolacji. Głosowania zaplanowano na godzinę jedenastą. Zuzanna Dąbrowska. Warszawa.

Piotr Brzezina: Personel medyczny oraz wolontariusze mogą się zgłaszać do pracy w szpitalu, który powstaje na Stadionie Narodowym w Warszawie. [RM 22.10.2020 10:00]

408.Prowadzący: Ponad osiem milionów osiemset osiemdziesiąt tysięcy złotych zadośćuczynień i odszkodowań dla poszkodowanych lokatorów przyznała do tej pory Komisja Weryfikacyjna. Wydanych zostało dwieście sześćdziesiąt siedem decyzji o przyznaniu takich środków. Ich wypłatę ułatwi i usprawni ustawa, która w ubiegły wtorek weszła w życie. Jakie korzyści przyniosą nowe przepisy? W relacji omówi redaktor Justyna Kendra.

409.Justyna Kendra (reporterka): Mówiąc krótko, w myśl ustawy sprzeciw od decyzji komisji przyznających odszkodowania będzie przysługiwał już tylko mieszkańcom, a wszystkie decyzje komisji zaskarżone dotychczas wyłącznie przez Miasto Stołeczne Warszawa mają być uznane za ostateczne i prawomocne. Środki, z których wypłacone będą odszkodowania oraz zadośćuczynienia, w terminie czternastu dni od wejścia w życie ustawy przekazane mają zostać przez Miasto Stołeczne Warszawę na rachunek Funduszu Reprywatyzacji. Wypłacać je będzie minister finansów. Ze środków wyegzekwowanych od osób zamieszanych w tak zwaną dziką reprywatyzację zgromadzono łącznie ponad dziewiętnaście milionów dziewięćset pięćdziesiąt cztery tysiące złotych. Teraz jest czas, żeby mieszkańcy, którzy otrzymali decyzję Komisji Weryfikacyjnej przekazali dane do przelewów do Ministerstwa Sprawiedliwości – informuje wiceminister oraz szef Komisji Sebastian Kaleta.

Sebastian Kaleta (rozmówca): Następnie przekazemy je do ministra finansów łącznie z pełną pulą dokumentów związaną z postępowaniami i do czwartego grudnia dwa tysiące dwudziestego roku, czyli już za półtora miesiąca otrzymacie państwo te pieniądze, na które czekacie, te pieniądze, które mają wyrównać krzywdy, które zostały Wam poczynione. Oczywiście pieniądze krzywd wszystkich nie naprawią, natomiast to jest ważny symboliczny moment, w którym państwo w końcu stają po stronie pokrzywdzonych.

Justyna Kendra (reporterka): Wiceminister przypomniał, że wcześniej Miasto Stołeczne Warszawa złożyło sprzeciwy od decyzji komisji, która przyznała odszkodowania i zadośćuczynienie lokatorom pokrzywdzonym reprywatyzacją w dwustu sześćdziesięciu siedmiu sprawach. Warto zaznaczyć, że ustawa ma także drugi ważny aspekt – nie będzie już można oddawać budynków w ramach reprywatyzacji z lokatorami. Źródła patologii i krzywd mieszkańców Warszawy zostały tą ustawą usunięte – podkreślił szef Komisji do spraw reprywatyzacji Sebastian Kaleta.

Piotr Brzezina (prowadzący): Od nowego roku wrośnie ubezpieczenie OC. [RM 24.10.2020 10:00]

Na podstawie poniższych przykładów można wyodrębnić następujące stałe elementy newsa zawierającego relację reporterską:

- 1) Wprowadzenie do tematu (prowadzący).
- 2) Rozwinięcie tematu (reporter)
- 3) Wypowiedź rozmówcy lub uczestnika.

4) Podsumowanie i zamknięcie newsa (reporter)

Można stwierdzić zatem, że w Radiu Maryja relacja reporterska ma najbardziej uporządkowaną strukturę.

5.3.4.5 Wiadomość z komentarzem

Kolejnym elementem występującym w ramach wiadomości jest komentarz, który:

kieruje uwagę odbiorców na bieżące sprawy, kształtuje ich punkt widzenia, informuje, jak należy odbierać rzeczywistość, wyjaśniając procesy w niej zachodzące, rzuca nowe światło na problem, naprowadzając na sposób myślenia komentatora, który przekonuje odbiorców do swoich racji. Komentarz jest formą pokrewną artykułowi, ale jest to art. O najwyższym stopniu aktualności i silnie zarysowanym stanowisku autorów.³⁹

Komentarz jako gatunek prasowy powstał w drugiej połowie XIX w wyniku pojawienia się najprostszej informacji, w której oprócz faktów miało pojawić się ustosunkowanie się do nich. Gatunek ten ujednolicił się na początku XX wieku. W komentarzu nie trzeba odnosić się wyłącznie do aktualnych zjawisk, można omawiać sprawy z przeszłości ze współczesnej perspektywy. Zdaniem W. Pisarka komentarz znajduje się na granicy z informacją, ponieważ z jednej strony wymaga podania faktów w celu ich późniejszego tłumaczenia i interpretowania, z drugiej zawiera konkretne sądy. Podstawową funkcją komentarza jest „wyrażanie stanowiska wobec zaistniałych faktów, ich analiza oraz rzeczowa argumentacja z przywoływaniem różnych punktów widzenia i polemizowaniem z nimi i ostatecznie przekonywanie autora do swoich racji.”⁴⁰ W. Pisarek podkreśla, że odbiorca traci zaufanie do dziennikarza, który ciągle wypowiada się na różne, nawet niezbieżne tematy, dlatego też autorem komentarza może być specjalista w danej dziedzinie. Komentarz nie musi mieć obszernej formy, koniecznym warunkiem jest rzeczowość z jednoczesnym jasno sprecyzowanym stanowiskiem osoby wypowiadającej się. Zgodnie z prymarną funkcją tego gatunku, którą jest przekazanie wiarygodnej i sensownej opinii, komentarz powinien zawierać tezę oraz argumenty. Gdy komentarz jest bardzo rozbudowany, może występować jako osobny artykuł, który ma charakter publicystyczny.⁴¹

410. Tomasz Staniszewski (prowadzący): Łódzki Klub Sportowy pierwszym spadkowiczem z piłkarskiej ekstraklasy – przesądziła o tym wczorajsza porażka z Górnikiem Zabrze jeden

³⁹ *Słownik terminologii medialnej*, op. cit., s. 96.

⁴⁰ *Ibidem*, s. 97.

⁴¹ *Ibidem*, s. 96-97.

do trzech. W *Faktach* teraz Wojciech Młynarczyk z redakcji sportowej RMF FM. Wojtku, ŁKS już po roku żegna się z ekstraklasą po dwudziestej pierwszej porażce w sezonie.

Wojciech Młynarczyk (reporter): Po pierwszych meczach w Ekstraklasie można było być optymistą, jednak ŁKS już po ósmej kolejce sezonu spadł na ostatnie miejsce w tabeli, które zajmuje do dziś. Łódzki Klub stracił do tej pory w Ekstraklasie pięćdziesiąt siedem goli, a zdobył jedynie dwadzieścia siedem. **Na pewno drużynie nie pomogły dziwne ruchy kadrowe.** Tuż przed wznowieniem rozgrywek zespół objął Wojciech Stawowy, który niespodziewanie zastąpił Kazimierza Moskala. **Zmiany jakościowej to jednak nie przyniosło.**

Piłkarz (rozmówca): Tak na dobrą sprawę nie wiem, co jest grane i rozmawiamy ze sobą i potrafimy na treningu uderzyć i fajne akcje, składne robić, a przychodzi mecz i jesteśmy kompletnie inną drużyną, drużyną, która jest sparaliżowana.

Wojciech Młynarczyk (reporter): Mówił po wczorajszym meczu bramkarz ŁKS Arkadiusz Malarz. Do końca sezonu pozostało pięć kolejek, w których zawodnicy Klubu z Łodzi zapowiadają walkę o honor.

Tomasz Staniszewski (prowadzący): A pierwsze trzy mecze grupy mistrzowskiej już dziś. Fakty sprawdzajcie w RMF FM. [dźwiękiel *Radio. Muzyka. Fakty. RMF FM*] RMF 24.06.2020 10:00

Powyższy fragment pochodzący z serwisu Radia RMF FM jest newsem o tematyce sportowej. W relacji reporterskiej dziennikarz sportowy, wykreowany jako ekspert, komentuje grę zawodników Łódzkiego Klubu Sportowego. O komentatorskim charakterze jego wypowiedzi świadczy wartościująca leksyka, np. przymiotnik *dziwne* jako określenie *ruchów kadrowych*. Oprócz oceny reportera pojawia się wypowiedź zawodnika, który w podobnym świetle przedstawia grę swojej drużyny. Zachowana w ten sposób jest wielość perspektyw komentarza. W serwisach informacyjnych tematyka sportowa wydaje się być bezpiecznym obszarem do wprowadzania elementów publicystycznych, to jest oceniających.

411. Romuald Wójcik (prowadzący): W ubiegłym roku polska gospodarka wzrosła o cztery procent wobec pięciu i jednej dziesiątej procent w dwa tysiące osiemnastym roku – wynika z opublikowanego przez Główny Urząd Statystyczny wstępnego szacunku produktu krajowego brutto. Wzrost gospodarczy był wspierany przez spożycie, co w znacznej części wynika z dobrej sytuacji gospodarstw domowych – mówi Prezes GUS Dominik Rozkrut.

Dominik Rozkrut (rozmówca): Obserwowaliśmy dalszy spadek bezrobocia, oczywiście tutaj notujemy już rekordowo niskie poziomy od kilku lat, więc uzyskiwanie kolejnych postępów jest bardzo, bardzo trudne, co z resztą widzimy również z drugiego ujęcia, czyli od strony liczby pracujących, gdzie ona dalej rosła w dwutysięcznym

dziewiętnastym roku, ale te dynamiki były już dużo niższe, coraz trudniej jest pozyskiwać przedsiębiorstwom kolejnych pracujących.

Romuald Wójcik (prowadzący): Dominik Rozkrut dodał, że nieco wolniej w poprzednim roku rosła branża budowlana. To był serwis Trójki.[PR3 29.01.2020 12:00]

Kolejny komentarz pochodzi z Programu Trzeciego Polskiego Radia i dotyczy newsa o tematyce gospodarczej. Stanowi on wypowiedź ekspercką Prezesa Głównego Urzędu Statystycznego i zawiera prognozy dotyczące dalszych losów krajowej gospodarki oparte na analizach. Ocenę wypowiada osoba spoza świata mediów, co pozwala (pozornie lub nie) zdystansować się dziennikarzowi do przywoływanych słów.

5.3.4.6 Wiadomość z wywiadem

Gatunki pograniczne z jednej strony mają charakter informacyjny, z drugiej odgrywają rolę publicystyczną. Jednocześnie pokazują fakty oraz zawierają czyjeś poglądy lub przejawiają sensacyjny charakter. K. Wolny-Zmorzyński, A. Kaliszewski oraz W. Furman do tej grupy gatunków zaliczają: wywiad, debatę, list do redakcji, odpowiedź na list do redakcji, talk-show, hipertekst oraz czat.⁴² *Słownik terminologii medialnej* tak definiuje gatunek wywiad:

WYWIAD – podstawowa metoda zdobywania informacji od osobowych jej źródeł przez dziennikarza (również przez etnologów, historyków, śledczych, lekarzy itd.) polegająca na zadawaniu pytań i uzyskiwaniu na nie odpowiedzi. (...) Zarejestrowany w formie pisanej, audialnej lub audiowizualnej oraz przygotowany, przez odpowiednie redagowanie, do publikacji w całości szereg pytań i odpowiedzi staje się odrębnym gatunkiem dziennikarskim.⁴³

Pierwszym w historii wywiadem jest opublikowana 13 października 1835 roku w New York Herald rozmowa dziennikarza Jamesa Gordona Bennetta z poczmistrzem z Buffalo. Dziennikarz wykorzystuje zarejestrowane wypowiedzi rozmówcy do opracowania własnego tekstu publicystycznego lub informacyjnego. Umieszczenie fragmentu wywiadu jako cytatu w tekstach dziennikarskich (np. reportażu) podnosi ich wiarygodność. Najczęściej spotykaną formą wywiadu jest seria pytań i odpowiedzi, ale zdarzają się też takie wywiady, w których prezentuje się wypowiedzi uczestników rozmowy w formie sądów i zdań orzekających. Wywiad może funkcjonować w formie dwu- lub wielopodmiotowej (np. konferencja prasowa), co wynika z liczby uczestników rozmowy. Ważnym wyróżnikiem takiej formy

⁴² K. Wolny-Zmorzyński, A. Kaliszewski, W. Furman, op.cit., s. 31.

⁴³ *Słownik terminologii medialnej*, op. cit., s. 236-237.

wywiadu jest upodobnienie do komunikacji bezpośredniej, a także uwzględnienie warunków komunikacji medialnej – drukowanej czy audiowizualnej. Sposób zadawania pytań uzależniony jest od celu wywiadu. Wywiad może pełnić funkcje: informacyjną, opiniotwórczą i ludyczną. Ze względu na cel wywiadu można wyróżnić wywiad informacyjny, rzeczowy lub prezentujący postać. Przeprowadzenie i udzielenie wywiadu są zdeterminowane przez zasady obyczajowe, czynniki psychologiczne, społeczne i socjotechniczne, w wyniku czego w wywiadzie należy mówić o dialogu ról, a nie osobowości. Dziennikarz może wejść w rolę: pośrednika, partnera-ucznia, partnera-eksperta oraz partnera- reprezentanta opinii publicznej. Ze względu na to, że wywiad jest żywym, dynamicznym aktem komunikacyjnym, dziennikarz może wchodzić w wiele ról jednocześnie.⁴⁴

Przy redagowaniu zarejestrowanego wywiadu obowiązuje ważne zasady. Dziennikarz we właściwy sposób montuje wywiad, usuwa нефunkcjonalne elementy, błędy logiczne i językowe. W wywiadzie prezentującym osobę należy utrzymać typowe cechy języka rozmówcy. Redakcja wywiadu nie może zniekształcać sensu wypowiedzi, wprowadzać nowych zdań i niewypowiedzianych opinii. Wywiad nie może zawierać wypowiedzi rozmówcy zastrzeżonej jako nie do rejestracji (*off the record*). Co więcej, w wywiadach prasowych obowiązuje zasada autoryzacji, która podnosi wiarygodność publikowanego tekstu.⁴⁵

Radio RMF FM

412.Ewa Kwaśny (prowadząca): Słońce nie każdemu służy. W „Faktach” RMF FM w naszym cyklu podpowiadamy, kto nie powinien się opalać.

Marcin Czarnobirski (reporter): Osoby, z jakimi schorzeniami powinny ograniczyć przebywanie na słońcu?

Kamila Białek-Galas (rozmówczyni): Przede wszystkim toczeń rumieniowaty, porfirie, choroby z kręgu fotodermatoz, czyli tak zwane dermatozy fotoalergiczne, fototoksyczne. U tych pacjentów absolutnie przebywanie na świetle słonecznym nie będzie wskazane.

Marcin Czarnobirski (reporter): A co z trądzikiem?

Kamila Białek-Galas (rozmówczyni): I tutaj właśnie ja znowu będę przeciwnikiem. Dlaczego? Dlatego, że u osób z trądzikiem, pomimo że to słońce, jak oni sami twierdzą troszeczkę będzie podsuszać te zmiany trądzikowe, o tyle u osób z trądzikiem występuje

⁴⁴ Ibidem, 236-237.

⁴⁵ Ibidem, 236-237.

bardzo duże ryzyko powstawania przebarwień potrądzikowych, więc słońce może to tylko im wyłącznie tutaj dopingować i absolutnie nie jest to dobre rozwiązanie.

Ewa Kwaśny (prowadząca): Przestrzega dermatolog Kamila Białek-Galas w rozmowie z Marcinem Czarnobirskim z portalu Twojezdrowiermf24.pl. Nasza ekspertka jeszcze przez godzinę będzie odpowiadać na Wasze pytania. Przypominam numer: dwanaście, dwieście, zero, zero, dziesięć. [dźingiel Radio. Muzyka. Fakty] [RMF 24.06.2020 13:00]

413. [dźingiel *Liczy się tylko twoje zdrowie*]

Ewa Kwaśny (prowadząca): Spodziewam się drugiej fali epidemii koronawirusa we wrześniu lub w październiku – przyznaje w rozmowie z RMF FM Prezes Polskiego Towarzystwa Wakcynologii, czyli nauki o szczepieniach, profesor Ernest Kuchar.

Ernest Kuchar (rozmówca): W tej chwili mamy te trzysta, czterysta zachorowań, ale jeżeli nagle jednego dnia byłoby trzysta, a za kilka dni sześćset, a potem tysiąc, a potem kilka tysięcy, no to podejrzewam, że musielibyśmy wrócić do ograniczeń, które znamy aż tak dobrze z marca i z kwietnia.

Michał Dobrołowicz (reporter): I tak może wyglądać druga fala epidemii? Tysiąc zachorowań dziennie?

Ernest Kuchar (rozmówca): Albo i więcej, bo jeżeli byłoby tysiąc dziennie cały czas, to nie jest problem. Problem byłby wtedy, gdyby ta liczba niepokojąco rosła.

Michał Dobrołowicz (reporter): Co możemy zrobić w czasie wakacji, żeby ten scenariusz jednak nie doszedł do skutku?

Ernest Kuchar (rozmówca): Pamiętajmy cały czas, że koronawirus się nie zmienił, jest tak samo, jak było w marcu. Tylko nasze podejście się zmieniło, więc dalej unikajmy dużych skupisk ludzi, zachowujmy, jeśli jest to możliwe, te dwa metry odległości, a jeśli nie to maseczkę, no i myjmy ręce. Mówiąc krótko, cały czas pamiętajmy, że każdemu grozi zachorowanie.

Ewa Kwaśny (prowadząca): Cała rozmowa naszego dziennikarza Michała Dobrołowicza z ekspertem jest na portalu twojezdrowiermf24.pl. Polecamy. [dźingiel *Radio. Muzyka. Fakty. RMF FM*] [RMF 29.06.2020 13:00]

W powyższych przykładach dominuje funkcja informacyjna, ponieważ są to wywiady przeprowadzone z ekspertami, którzy prezentują swoją specjalistyczną wiedzę na temat zdrowia. Wywiady mają charakter dydaktyczny i realizują edukacyjną funkcję mediów. Ujęcie informacji medycznych w formie rozmowy pozwala na bardziej przystępne ich zaprezentowanie.

Bardziej publicystyczny charakter mają wywiady pochodzące z programów publicystycznych, a których całość lub fragmenty emitowane są podczas serwisów

informacyjnych. Dotyczy to przede wszystkim Radia RMF i Radia Zet. Radio RMF FM pod koniec niektórych serwisów informacyjnych nadaje: *Rozmowę o 7:00*, *Poranną rozmowę*, *Rozmowę w południe*, *Popołudniową rozmowę i Gościa Krzysztofa Ziemca*. Są to rozmowy dziennikarzy RMF FM z wpływowymi politykami i różnymi osobowościami ze świata nauki, kultury, sportu. Najbardziej popularnym wywiadem jest program *Poranna rozmowa*, który prowadzi Robert Mazurek. Rozmowy te mają opiniotwórczy charakter. Radio ZET, główna konkurencja Radia RMF FM, również oferuje podobny program: *Gość Radia ZET*, prowadzony przez Bogdana Rymanowskiego oraz *Popołudniowy Gość Radia ZET*, w którym z gośćmi rozmawia Beata Lubecka.

Umieszczenie tychże rozmów w ramówce radiostacji rodzi pytanie, czy wchodzi one w skład struktury radiowych programów informacyjnych. Prowadzący programy informacyjne po prezentacji informacji płynnie zapowiadają wywiady i przechodzą do nich, nie przerywając bloku programowego reklamami. Jest to kolejny dowód na rozmycie granic gatunków radiowych. Gdyby przyjąć, że wspomniane wywiady stanowią dodatkowy, ale nieobowiązkowy komponent serwisów informacyjnych, należałoby uznać, że radiowe serwisy informacyjne to gatunek informacyjno-publicystyczny. Ze względu na przyjęte w pracy zawężenie materiału badawczego nie analizuję ich i wykluczam je ze struktury serwisu.

Radio publiczne i społeczne w swojej ramówce również zapewnia wywiady publicystyczne. Nie stanowią one jednak części serwisów informacyjnych. Zdarza się, że fragmenty wypowiedzi gości programów są przywoływane w wiadomościach radia publicznego i Radia Niepokalanów. Dla programów Programu Pierwszego i Trzeciego odwołania do wywiadów pełnią funkcję wskazania źródła informacji oraz autopromocyjną. W serwisie Radia Niepokalanów to zjawisko raczej ma na celu spełnianie rzetelności dziennikarskiej i określanie źródeł informacji.

414.Olaf Ważyński (prowadzący): Prezydent Andrzej Duda będzie w Radomiu. **Rano w wywiadzie dla Programu Pierwszego Polskiego Radia zachęcał rodaków do głosowania dwudziestego ósmego czerwca.**[PR1 25.06.2020 12:00]

415.Olaf Ważyński (prowadzący): Na **antenie Programu Trzeciego Polskiego Radia** minister Dworczyk wypunktował ustalenia, które są efektem wczorajszych rozmów z Prezydentem USA Donaldem Trumpem. [PR1 25.06.2020 10:00]

416.Artur Ewertowski (prowadzący): Ze strony Rządu nie będzie zgody na to, żeby ustępować w sprawach wymiaru sprawiedliwości – **zapowiedział to rzecznik rządu Piotr Muller w Programie Pierwszym Polskiego Radia.** [PR3 17.01.2020 10:00]

417. Artur Ewertowski (prowadzący): W Sejmie dzisiaj projekt ustawy o zakazie hodowli zwierząt futerkowych. Grzegorz Puda poseł Prawa i Sprawiedliwości, który jest sprawozdawcą projektu, **w Programie Pierwszym Polskiego Radia mówił**, że celem ustawy jest poprawa losu zwierząt. [PR3 17.01.2020 10:00]

418. Tomasz Zielenkiewicz (prowadzący): Minister Środowiska Michał Woś **powiedział w Pierwszym Programie Polskiego Radia**, że skutki środowiskowe awarii kolektora ściekowego w Warszawie będą bardzo poważne. [RN 4.09.2020 9:00]

5.4 Interaktywność radiowych serwisów informacyjnych

Zjawisko konwergencji mediów to jedno z najważniejszych zjawisk związanych z dynamicznymi przemianami mediów, które zaszły na przełomie XX i XXI wieku. Polega ono na upodobnianiu się początkowo niespokrewnionych ze sobą urządzeń mobilnych i komunikacyjnych do pełnienia podobnych funkcji.⁴⁶

Internet stanowi idealne środowisko do rozwoju struktury mediów radiowych, umożliwiając ich przekształcenie w bardziej złożone i wielowymiarowe byty, wzbogacone o dodatkowe treści i konteksty. Zarówno strony internetowe radiostacji, jak i aplikacje mobilne stworzone dla tych stacji efektywnie rozszerzają możliwości radia o różnorodne funkcje i treści multimedialne. Strony internetowe rozgłośni radiowych funkcjonują jednocześnie jako portale internetowe, czyli „rozbudowane witryny internetowe zawierające bogaty i usystematyzowany zbiór odsyłaczy do innych miejsc w sieci oraz serwis informacyjny”⁴⁷ i przypominają takie funkcjonujące w Polsce portale, jak: *Interia.pl*, *Onet.pl*, *Wirtualna Polska* i wiele innych. Jedną z istotnych kwestii różniących strony internetowe rozgłośni radiowych i portale internetowe jest brak oferty darmowej poczty elektronicznej.

Na stronach internetowych stacji radiowych znajdziemy artykuły publicystyczne oraz transkrypcje audycji, a także specjalnie przygotowane zdjęcia, które komentują treści związane z dźwiękiem nadawanym przez stację. Wersje rozszerzone niektórych materiałów radiowych z anteny FM są dostępne na stronach internetowych oraz w aplikacjach stacji radiowej. Obecnie zarówno za pośrednictwem aplikacji mobilnych, jak i witryn internetowych dostępne są również treści wideo, transmisje na żywo ze studia radiowego oraz odnośniki do playlisty radiowej znajdującej się na jednej z popularnych platform do przesyłania strumieniowego.

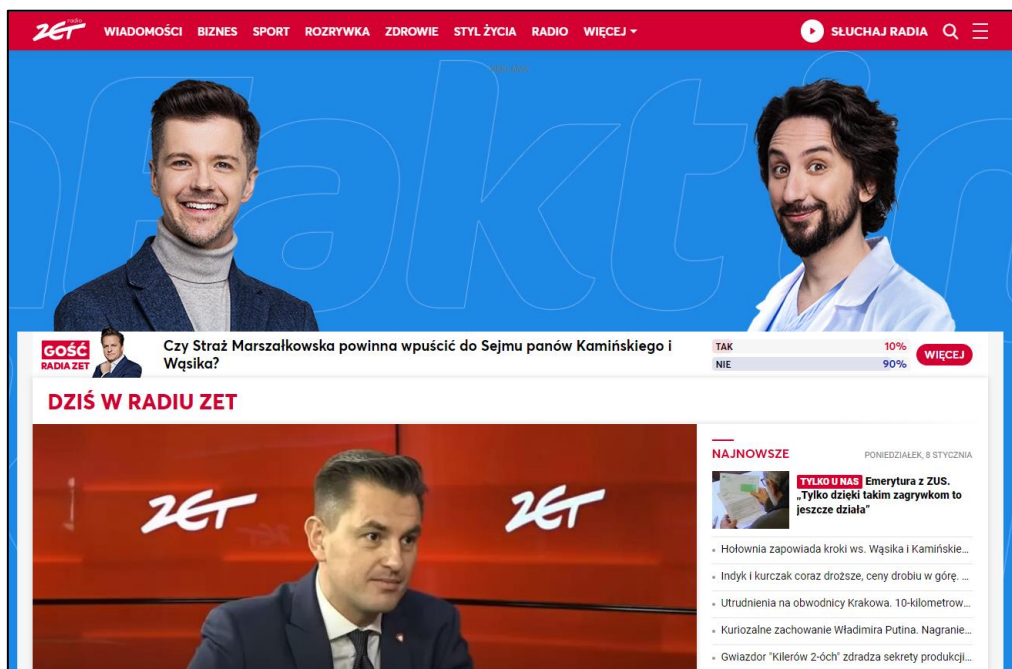
⁴⁶ M. Dróżdż, *Konwergencja mediów – tendencje, modele i konsekwencje*, „Studia Medioznawcze”, 2008 (34), s. 84-103.

⁴⁷ *Słownik terminologii medialnej*, op. cit., s. 152.

Współcześnie funkcjonowanie redakcji informacyjnych bez ich zaistnienia w internecie jest pozbawione sensu. Każda licząca się na rynku medialnym radiostacja posiada swoją stronę internetową, na której publikowane są serwowane w audycjach informacyjnych newsy. Strona internetowa stanowi świetne uzupełnienie radiowych przekazów, których kod komunikacji ogranicza się do sfery audialnej. Wśród zalet internetu z perspektywy dziennikarskiej można dostrzec: szybkość, łatwość aktualizacji, wielość form komunikowania: tekst, tekst formatowany, fotografia, film, animacja, dźwięk nagrany, tudzież możliwość elektronicznego kontaktu z odbiorcami.

Strona internetowa Radia ZET jest najbardziej zbliżona do wspomnianych wyżej portali internetowych, ponieważ w menu głównym witryny znajduje się liczna grupa tematycznych podstron zawierających teksty informacyjne, np. wiadomości, biznes, sport, rozrywka, zdrowie, podróże, pogoda, styl życia, konkursy, muzyka, filmy itp. Poniżej znajdują się odsyłacze wraz ze zdjęciami do najbardziej aktualnych newsów. Dopiero po skrołowaniu ekranu można dotrzeć do podcastów Radia ZET, czyli do nagranych audycji, które pojawiły się na antenie radiostacji. W prawym, górnym rogu ekranu widoczny jest odsyłacz do słuchania radia online.

Fot. nr 1: Strona główna Radia ZET

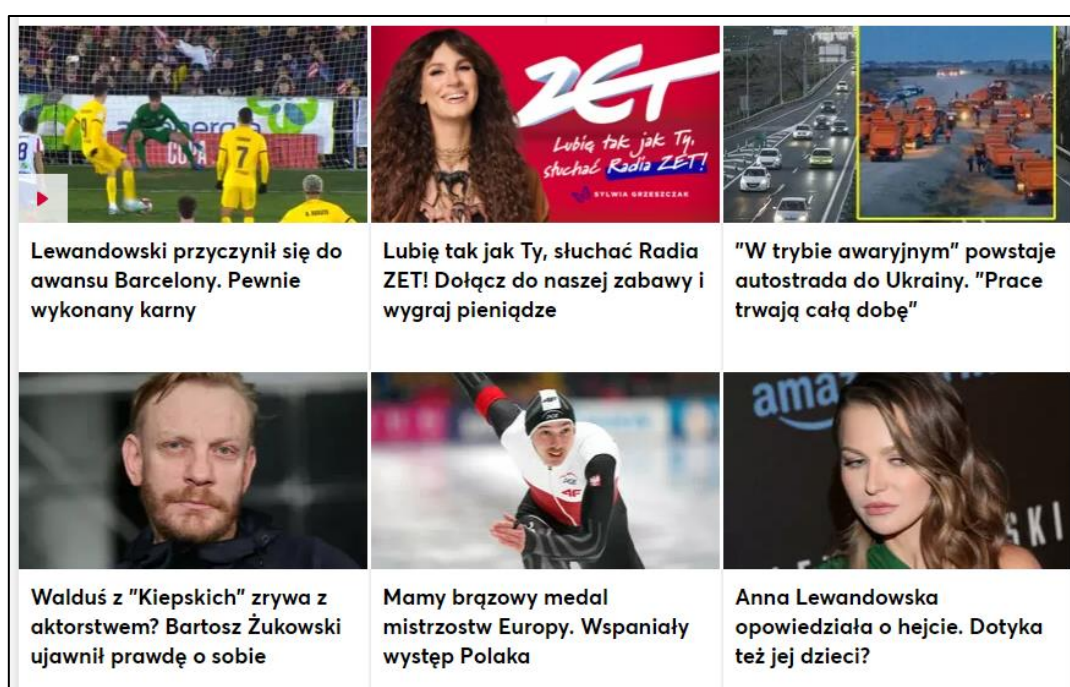


Źródło: <https://www.radiozet.pl/>, [8.01.2024].

Poniższy wycinek ze strony internetowej Radia ZET pokazuje, jak wiele newsów, z którymi może zapoznać się użytkownik, ma charakter plotkarski. Dopiero po sensacyjnych

informacjach pojawiają się wiadomości ogólnopolskie. Są to tzw. *clickbaity* („przynęta na kliknięcie”), czyli treść, najczęściej zawarta w nagłówku artykułu, która ma zaciekawić odbiorcę i sprawić, że czytelnik zapozna się z nią poprzez kliknięcie w link. Zjawisko to polega na generowaniu zysków z reklam internetowych przy jednoczesnym odrzuceniu jakości i rzetelności przekazu.⁴⁸ Treść *clickabaitu* zazwyczaj utrzymana jest w skandalizującym tonie czy nadmiernej egzaltacji. Często tytuły takich artykułów występują w formie pytań retorycznych.⁴⁹ Podobną formułę do *clickabaitów* posiadają wzmianki newsów pojawiające się w skrócie wiadomości.

Fot. nr 2: *Odnosińki do newsów znajdujące się na stronie głównej Radia ZET*



Źródło: <https://www.radiozet.pl/>, [8.01.2024].

Strona internetowa Radia RMF FM również obfituje w artykuły tekstowe o różnorodnej tematyce, ale w znacznie mniejszej liczbie. Menu główne zawiera tylko pięć podstawowych katalogów: *Fakty*, *Konkursy*, *Radio*, *Podcasty* i *Rozrywka*. W górnym lewym rogu również znajduje się odsyłacz do słuchania radia online.

Fot. nr 3: *Strona główna Radia RMF FM*

⁴⁸ Y. Chen, i inni, *Misleading Online Content: Recognizing Click-bait as False News*, [w:] *Proceedings of the 2015 ACM on Workshop on Multimodal Deception Detection*, Waszyngton 2015, za: Ł. Iwański, *Utowarowienie treści publikowanych w internecie. Społeczne aspekty problemu*, [w:] *Nauka o informacji w okresie zmian. Innowacyjne usługi informacyjne*, red. B. Sosińska-Kalata, P. Tańkowski, Warszawa 2018, s. 51.

⁴⁹ Ł. Iwański, op. cit., s. 51.

RMF FM RMF ON RMF24 RMF Classic RMF MAXX Radio RMF24 GRAMY: Dżem - Wehikuł czasu

RMF Fakty Konkursy Radio Podcasty Rozrywka **Słuchaj**

Reklama

urodzinowa KUMULACJA W RMF FM ŚWIĘTUJ Z NAMI **34. URODZINY!** NIESPODZIANKI, TRANSMISJE NA ŻYWO, NAGRODY! **SPRAWDŹ ATRAKCJE**

Świątujemy 34 urodziny radia

RMF RMF **Zobacz Więcej**

Dzisiaj w RMF FM









Zének i Danuta Martyniukowie zaśpiewali razem. "Kto to nagrał, jest szczęśliwcem"! Ten duet słuchacze zapamiętają na długo [WIDEO]

urodzinowa KUMULACJA W RMF FM **GRAMY NAWET O 900.000 ZŁ!** Aktywuj 15400 szansa za 51,66 zł



Źródło: <https://www.rmf.fm/>, [8.01.2024].

Układ newsów na stronie internetowej Radia RMF jest niemal identyczny, jak na stronie Radia ZET. Najpierw pojawiają się informacje sensacyjne, dopiero potem wiadomości o bardziej istotnym znaczeniu.

Gorące teraz

 <p>W Biedronce zaczęło się szaleństwo. -94% to dopiero początek</p>	 <p>Małgorzata Rozenek szczerze o treningach. Robert Karaś nie pozostawił tego bez komentarza!</p>	 <p>Mariusz Borek nie żyje. Muzyk miał 50 lat</p>	 <p>Karolina Korwin Piotrowska uderza w Cichopek i Kurzajewskiego: "To są marionetki"</p>
 <p>Steve Jobs ich nienawdził. I tak chcą je wprowadzić do iPhone'a</p>	 <p>Rodzina Borysewiczów z "Rolnika..." powiększyła się? Małgosia zamieściła rozczulające nagranie z dziećmi! [WIDEO]</p>	 <p>Piotr Żyła znów to zrobił. Ludzie nie mogli powstrzymać śmiechu! [WIDEO]</p>	 <p>Justyna Steczkowska zachęca do... robienia memów o jej piosence! "Bardzo mi się to podoba"</p>

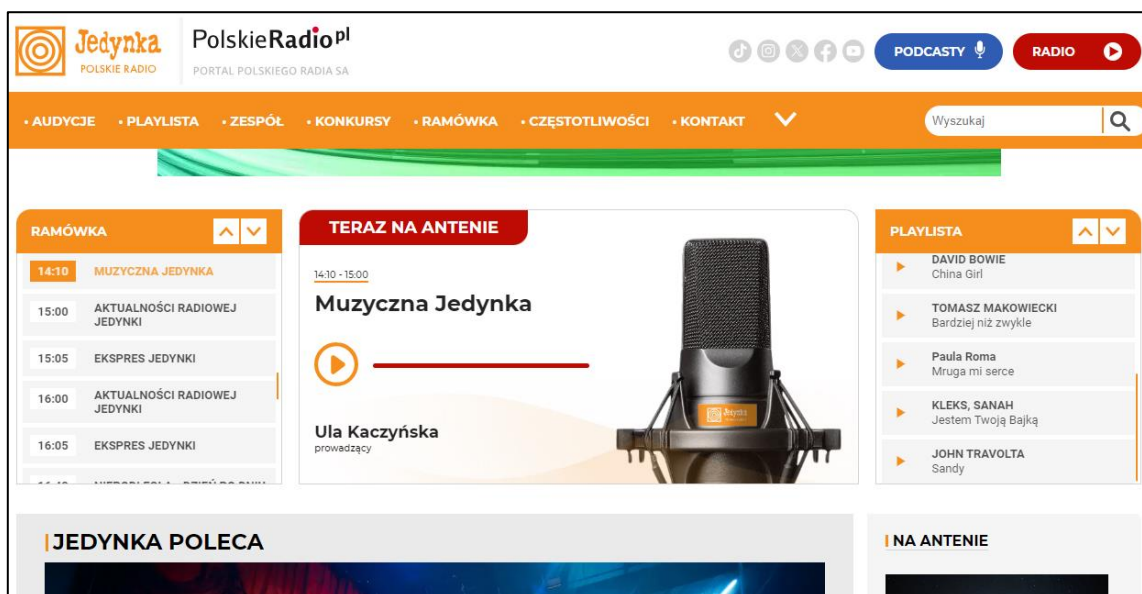
Fakty rmf24.pl

	 <p>08:52 Atak rakietowy na Ukrainę. Polska uruchamia niezbędne procedury</p>
--	---

Źródło: <https://www.rmf.fm/>, [8.01.2024].

Z kolei, strony internetowe publicznych rozgłośni radiowych bardziej przypominają przewodnik po radiostacji niż serwis informacyjny. Strony internetowe Jedyńki i Trójki są częścią strony internetowej Polskiego Radia. W menu głównym Programu Pierwszego Polskiego Radia widnieją następujące kategorie: *Audycje*, *Playlista*, *Zespół*, *Konkursy*, *Ramówka*, *Częstotliwości* oraz *Kontakt*. Poniżej znajduje się aktualna ramówka oraz informacja, jaki program obecnie jest nadawany na antenie. Następnie znajdują się różnego rodzaju teksty informacyjne, zaczerpnięte z nadawanych audycji, posiadające zdjęcia i filmy stanowiące uzupełnienie treści przekazu radiowego. Poszczególne artykuły można odebrać również za pomocą kilkuminutowego fragmentu audycji radiowej, co jest pewną różnicą w porównaniu do radia komercyjnego, w którym artykuły występują głównie w formie pisanej – nie dźwiękowej.

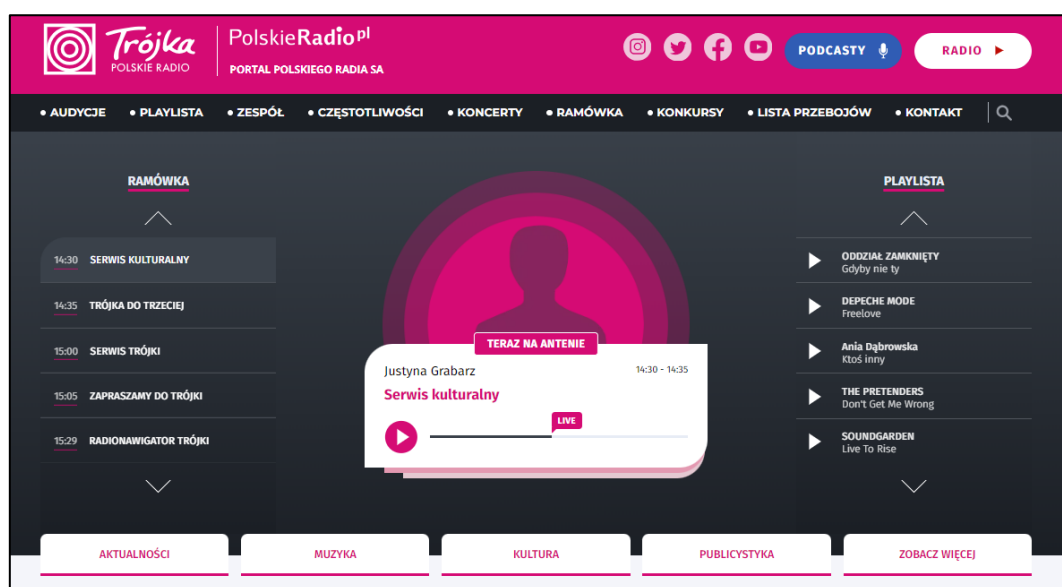
Fot. nr 5: Strona główna Programu Pierwszego Polskiego Radia



Źródło: <https://jedyńka.polskieradio.pl/>, [8.01.2024].

Strona internetowa Programu Trzeciego Polskiego Radia wygląda podobnie. Jej główne podstrony w porównaniu do Jedyńki są rozbudowane o kategorie: *Koncerty* oraz *Lista przebojów*, zapewne ze względu na bardziej muzyczny program tej radiostacji. Następnie widnieje ramówka, informacja o aktualnie nadawanej audycji oraz najnowsza playlista. Następnie użytkownik strony internetowej może odnaleźć podstrony artykułów: *Aktualności*, *Muzyka*, *Kultura*, *Publicystyka*, *Zobacz więcej*. Teksty te również mają podwójny wymiar: tekstowo-obrazkowy oraz dźwiękowy. Niespotykanym elementem na tej stronie internetowej jest czerwony pasek znajdujący się pod głównym menu z napisem *Pilne!*, stanowiący zajawki do najnowszych newsów.

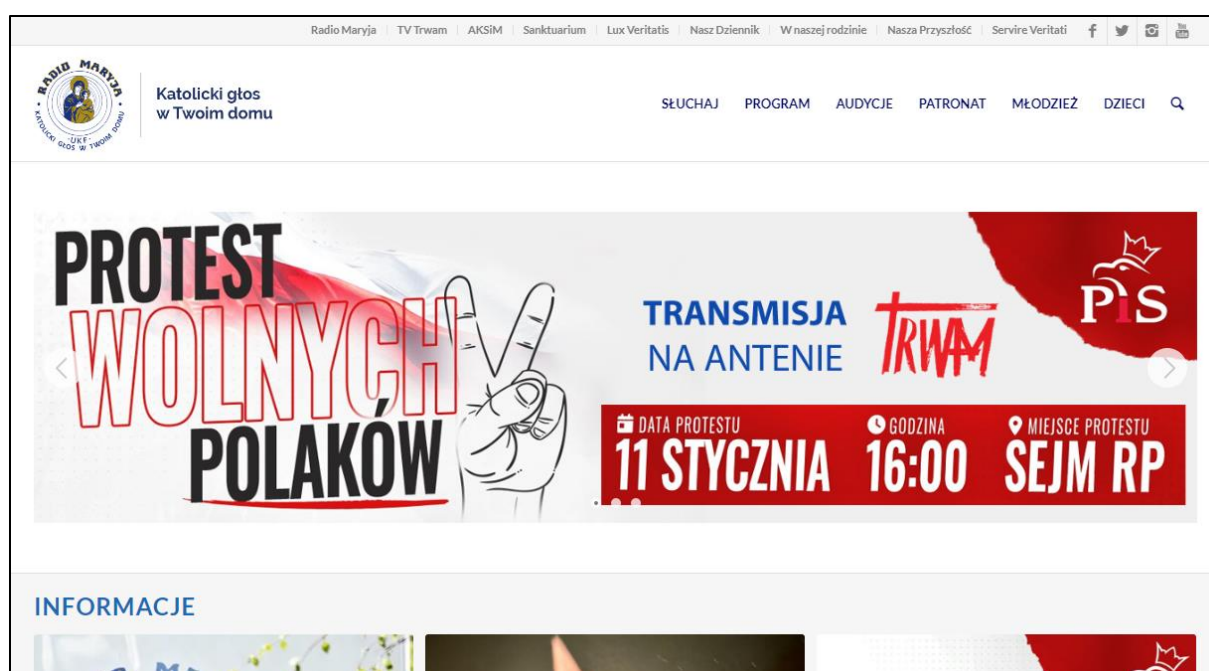
Fot. nr 6: Strona główna Programu Trzeciego Polskiego Radia



Źródło: <https://trojka.polskieradio.pl/>, [8.01.2024]

Radio Maryja posiada stronę internetową, która składa się z następujących katalogów: *Śluchaj*, *Program*, *Audycje*, *Patronat*, *Dzieci* oraz *Młodzież*. Kategorie te wskazują na różnorodność grupy odbiorczej Radia Maryja.

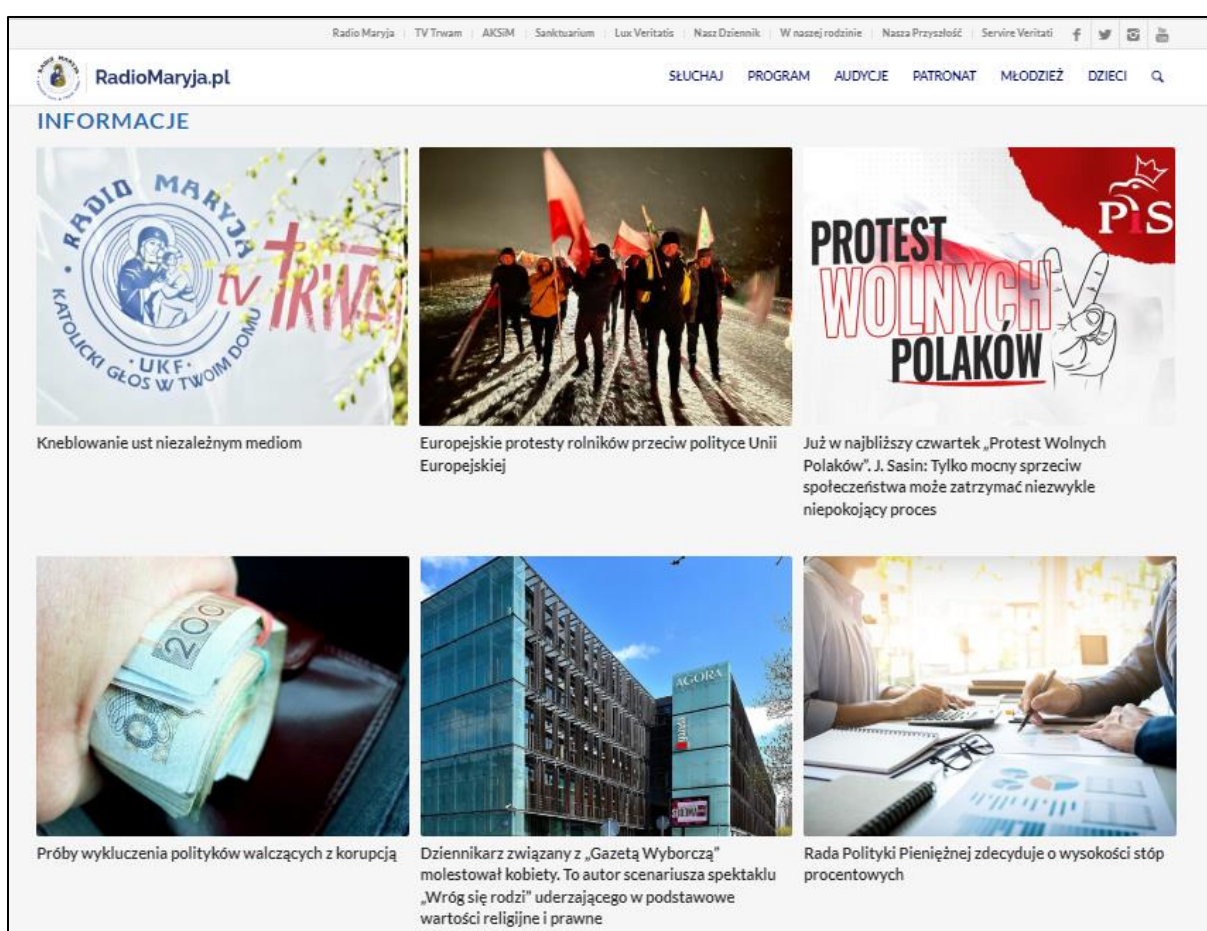
Fot. nr 7: Strona główna Radia Maryja



Źródło: <https://www.radiomaryja.pl/>. [8.01.2024].

Poniżej znajdują się artykuły informacyjne o charakterze ogólnopolskim, potem informacja, który program jest aktualnie emitowany na antenie, dopiero potem pojawiają się teksty poświęcone aktualnościom z życia Kościoła. Strona internetowa Radia Maryja przypomina portal informacyjny – podobnie jak strony radia komercyjnego. Pierwsze pojawiające się informacje na stronie nie mają tak nowinkarskiego charakteru, ale zdarzają się sensacyjne newsy, które mają przede wszystkim zdyskredytować stronę o odmiennych poglądach, jak na przykład informacja o dziennikarzu związanym z *Gazetą Wyborczą*, który molestował kobiety i tworzył treści mogące dotknąć czyichś uczuć religijnych.

Fot. nr 8: Strona główna Radia Maryja – rubryka „Informacje”

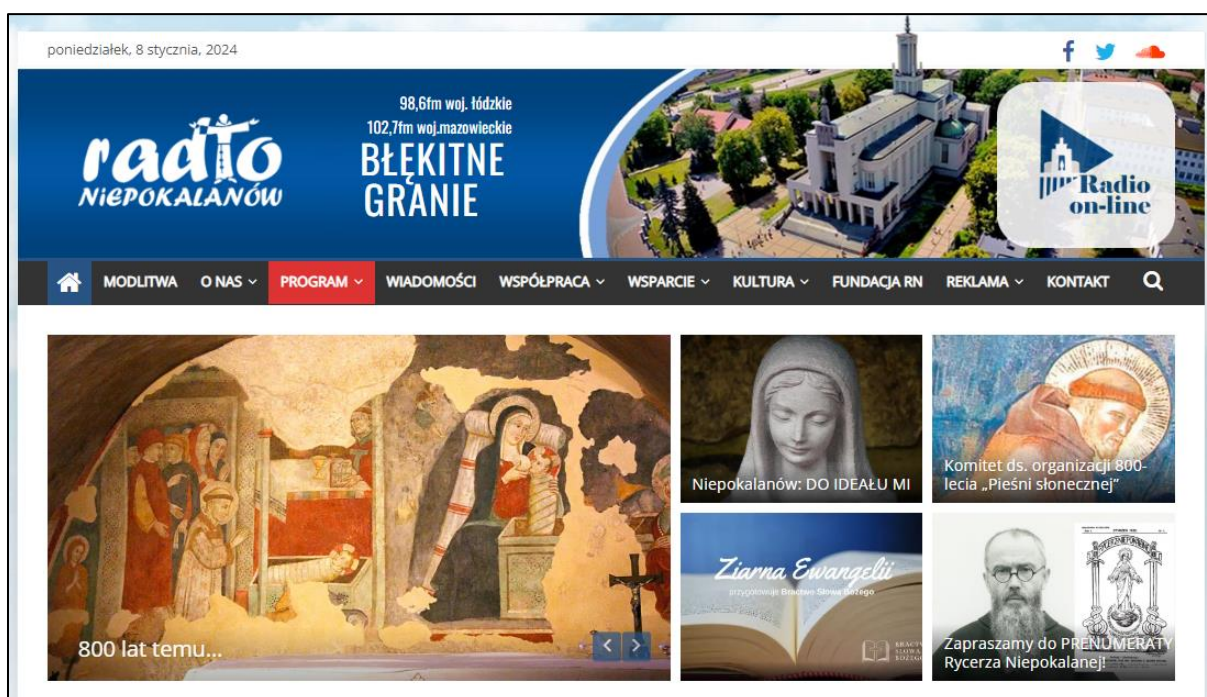


Źródło: <https://www.radiomaryja.pl/>. [8.01.2024].

Radio Niepokalanów również posiada swoją stronę internetową, której menu główne zawiera następujące podstrony: *Modlitwa*, *O nas*, *Program*, *Wiadomości*, *Współpraca*, *Kultura*, *Fundacja RN*, *Reklama* oraz *Kontakt*. Na początku strony znajdują się informacje o charakterze kościelno-religijnym. Potem użytkownik może odnaleźć listę audycji

do odsłuchania w formie podcastów, co dla Radia Niepokalanów jest *novum*, świadczącym o podjęciu przez twórców Radia działań podążających za najnowszymi trendami w komunikacji radiowej, co pokazuje, że we współczesnym świecie medialnym radio nie może funkcjonować wyłącznie w strefie offline.

Fot. nr 9: Strona główna Radia Niepokalanów



Źródło: <https://radioniepokalanow.pl/>, [8.01.2024].

Nadawcy medialni, mając na uwadze właściwości radia, z jednej strony stanowiące o jego sile, z drugiej o wadach, wielokrotnie odwołują się do innych mediów, w których działają, zapewniając atrakcyjność ich przekazów. Twórcy radiowi wykorzystują panującą w społeczeństwie potrzebę interaktywnej oraz „obrazkowej” komunikacji medialnej, dlatego też mocno zabiegają o kontakt z odbiorcą, dając mu możliwość wypowiedzenia się. Radio oferuje wymianę informacji poprzez: wiadomości mailowe, SMS-y, komentarze na stronach internetowych, rozmowy telefoniczne, wiadomości głosowe nagrywane za pomocą komunikatorów internetowych (potocznie zwane *głosówkami*) itp, a także zachęca do zapoznania się z treściami dostępnymi w internecie lub *social mediach*, nie traktując ich jako konkurencji, ale jako narzędzie do zdobycia i podtrzymania odbiorcy w medium analogicznym, pozornie mniej atrakcyjnym.

Radiowe serwisy informacyjne rozumiane w sposób tradycyjny mają charakter oficjalny oraz podniosły. Ich struktura również wydaje się spetryfikowana. Choć współcześnie radiowe serwisy informacyjne nabierają nowego charakteru, zwłaszcza w przypadku serwisów stacji komercyjnych, to nadal możliwości interakcji z odbiorcami są ograniczone. Mimo to twórcy serwisów dbają o zaznaczenie obecności odbiorcy i jego wpływu na przekaz medialny, a także o uatrakcyjnienie wyłącznie dźwiękowego kodu komunikacji radiowej.

Poniżej zostaną zaprezentowane przykłady komunikatów (werbalnych odsyłaczy), w których występują odwołania do innych publikacji medialnych, po które może sięgnąć radiosłuchacz i które mogą, ale nie muszą, zaburzać linearności tekstu. Rolą tych komunikatów jest zaznaczenie obecności odbiorcy w procesie komunikacji oraz wzbogacenie radia jako medium ograniczonego tylko do dźwiękowości. Są one także wyrazem zachodzenia w komunikacji zjawiska konwergencji medialnej. Wśród takich komunikatów można wyodrębnić następujące grupy.

Komunikaty odwołujące do mediów zarządzanych przez konkretną radiostację

- ogólne odwołanie do strony internetowej
 - 1) Więcej informacji na portalu **polskieradio24.pl**. PR3 (stały element każdego serwisu)
 - 2) Więcej informacji znajdą Państwo na **stronie internetowej naszej rozgłośni**. RM (stały element każdego serwisu)

Odwołanie się do strony internetowej rozgłośni może odbyć się poprzez odczytanie linku do strony głównej albo poprzez użycie ogólnego stwierdzenia *strona internetowa naszej rozgłośni*.

419.podanie ogólnego adresu strony internetowej w celu odwołania się do szczegółowych przekazów na niej występujących:

- do wywiadu

- 1) Ewa Kwaśny (prowadząca): Cała rozmowa naszego dziennikarza Michała Dobrołowicza z ekspertem jest na portalu **twojezdrowiermf24.pl**. Polecamy. [RMF 29.06.2020 13:00]
- 2) Karolina Michalik (prowadząca): Wiceminister cyfryzacji Wanda Buk w rozmowie z Marcinem Zaborskim. Zobaczcie więcej na **rmf24.pl**. [RMF 27.03.2020 19:00]
- 3) Prowadzący: Z byłym Pierwszym Prezesem Sądu Najwyższego rozmawiał Tomasz Skory. Całą rozmowę można zobaczyć na stronie **rmf24.pl** [RMF 24.01.2020 17:00]

- 4) Katarzyna Staszko (prowadząca): Cała rozmowa o chorobie covid-19 i o tym, jak jesteśmy do niej przygotowani, jest na **rmf24.pl**. [RMF 27.03.2020 17:00]
- 5) Tomasz Staniszewski (prowadzący): Amerykanie mają zostać inwestorem, który będzie potem czerpał zyski z tej elektrowni – dodaje minister Piotr Naimski, pełnomocnik Rządu do spraw bezpieczeństwa energetycznego kraju. **Cała rozmowa, a także kolejne szczegóły na temat elektrowni znajdziecie na rmf24.pl**. [RMF 25.06.2020 10:00]

- do nagrania *video*

- 1) Prowadząca: To nie bajka, to Fakty. Na poprawę humoru polecam film na **rmf24.pl**. [RMF 27.03.2020 17:00]
- 2) Prowadząca: Harmonogram konkursu i filmowe przesłanie od artystów do zobaczenia na **RMF24.pl**. [RMF 21.04.2020 12:00]

- do konkretnego artykułu informacyjnego

- 1) Katarzyna Staszko (prowadząca): Usłyszała nasza reporterka Aneta Łuczowska. Czy w Chinach i w Korei epidemia wygasa? Sprawdźcie to na **RMF24.pl**. [RMF 13.03.2020 12:00]
- 2) Prowadząca: Wyprawa została przełożona bez określenia, czy będzie to kolejna zima dwa tysiące dwadzieścia jeden, dwadzieścia dwa. Więcej na ten temat przeczytacie na portalu **rmf24.pl**. [RMF 24.06.2020 13:00]
- 3) Katarzyna Staszko (prowadząca): *Dzoker* dostał jedenaście, najwięcej nominacji do BAFTA, a *Irlandczyk* oraz *Pewnego razu w Hollywood* mają po dziesięć, a film *1917* dziewięć nominacji. Listę wszystkich nominowanych znajdziecie na **rmf24.pl**. [RMF 7.01.2020 11:00]
- 4) Bogdan Zalewski (prowadzący): Polecamy też. A więcej o książce znajdziecie na **rmf24.pl** [RMF 15.09.2020 10:00]

- podanie adresu mailowego umożliwiającego kontakt z radiostacją

- 1) Karolina Michalik (prowadząca): Jeśli macie wątpliwości albo pytania zadamy je w waszym imieniu. Adres **fakty@rmf.fm** jest do waszej dyspozycji. [RMF 27.03.2020 19:00]

Komunikaty odwołujące się do stron internetowych niezarządzanych przez radiostację, ale stanowiące uzupełnienie podawanych informacji

- 1) Tomasz Marciniuk (prowadzący): Formularz zgłoszeniowy dla wolontariuszy można znaleźć na stronie internetowej: **slaskie-wolontariat.org**. [PR1 27.03.2020 16:00]
- 2) Karolina Kozińska (prowadząca): Każdy, kto chce wziąć udział inicjatywie Korpusu Wsparcia Seniorów, może zgłaszać się poprzez stronę internetową **wspierajseniora.pl** [PR3 27.10.2020 13:00]

- 3) Michał Przerwa (prowadzący): Na portalu **gov.pl** i przy użyciu Profilu Zaufanego można załatwić urzędowe sprawy między innymi wysłać pismo, zgłosić urodzenie dziecka, uzyskać dowód osobisty czy odpis aktu stanu cywilnego oraz zgłosić sprzedaż pojazdu. [PR3 24.06.2020 13:00]

Konkludując, współczesne radio funkcjonujące w erze cyfrowej nie może istnieć bez swojej obecności w internecie, co pokazują powyższe przykłady. Odwołanie radiowych przekazów informacyjnych do innych mediów nadaje nowy wymiar informacji w przestrzeni radiowej. Wyraz konwergencji w radiowych serwisach informacyjnych z perspektywy przeobrażeń, jakie aktualnie zachodzą w technologiach medialnych, jest bardzo pozytywny. Po pierwsze, treści znajdujące się w internecie mogą uzupełniać i aktualizować radiowe informacje. Po drugie, nadają one interaktywny wymiar komunikacji radiowej. Warto zauważyć, że oderwanie informacji radiowej od innych platform informacyjnych zauważalne jest w radiowych serwisach informacyjnych Radia Niepokalanów, dla których być może misyjność radiostacji jest ważniejsza niż program informacyjny o tematyce ogólnej.

5.5 Podsumowanie i wnioski

Do gatunków tworzących strukturę radiowych serwisów informacyjnych należą: zapowiedzi, wzmianki, notatki (informacja prosta), wiadomość (prasowa), komentarz, relacja reporterska oraz wywiad. Radiowy serwis informacyjny nie jest gatunkiem czysto informacyjnym. Występują w nim gatunki publicystyczne oraz pograniczne. Co ważne, w ramy gatunków informacyjnych wpisywane są elementy rozrywkowe (np. „michałek”, wywiad przypominający luźną towarzyską rozmowę, anegdotki).

Najczęściej występującym gatunkiem w radiowych serwisach informacyjnych jest informacja, która została zaczerpnięta z prasy i która stanowi trzon programów. Warto zadać pytanie, dlaczego radio wykorzystuje gatunki prasowe? Historia powstania informacji radiowych niewątpliwie wiąże się z informacją prasową. Wiadomości radiowe nazywane były kiedyś *gazetą bez papieru*⁵⁰. Na początku istnienia radia w polskiej sferze medialnej informacja radiowa niewiele różniła się od informacji prasowej. W latach 60. XX wieku, gdy zaczęło kształtować się radiowe dziennikarstwo informacyjne, dostrzeżono różnice pomiędzy piśmiennictwem a oralnością. Współcześnie, choć w radiu komercyjnym stawia się

⁵⁰ M. J., Kwiatkowski, *Kulisy radia*, Warszawa 1973, s. 96.

na oralność, spontaniczność oraz naturalność⁵¹, ciągle zauważa się inspiracje gatunkowe wiadomością prasową.

Potwierdzeniem tego może być także ciekawe zjawisko zachodzące na stronach internetowych rozgłośni. Każda radiostacja mająca swoją redakcję informacyjną posiada portal informacyjny na swojej stronie internetowej. Zauważyć tam można, że niektóre newsy pochodzące z serwisu informacyjnego funkcjonują w całości jako artykuł informacyjny, w którym to zapowiedź newsa niekiedy stanowi tytuł albo lid artykułu a tekst newsa stanowi jego część główną. Zjawisko to dotyczy stron internetowych radia RMF FM i Radia Zet, które przypominają portale internetowe o różnorodnych funkcjach oraz strony internetowej Polskiego Radia 24 (polskieradio24.pl), która jest portalem informacyjnym.

Na podstawie powyższej analizy strukturę radiowego serwisu informacyjnego w sposób uproszczony można ująć w następującym schemacie:

1. Wprowadzenie / rama inicjalna
2. Zapowiedzi
3. News radiowy w formie wiadomości (o różnorodnej budowie), notatki lub wzmianki
4. Zakończenie / rama finalna

Największą różnorodność struktury zauważyć można w serwisach informacyjnych radia prywatnego, w których występuje informacja komercyjna. Informacja w radiu publicznym ciągle jest mocno spetryfikowana, ale w pewnym stopniu ulega ewolucji i przejmuje pewne elementy informacji komercyjnej.

Radiowe serwisy informacyjne tworzą odrębny byt genologiczny i posiadają kompozycyjne oraz funkcjonalne zwięźczenie. W rozdziale czwartym dotyczącym ramy tekstu wyodrębniono wyraziste sygnały początku i końca. Wyżej usytuowany schemat struktury radiowego serwisu informacyjnego wskazuje na jego blokowy układ elementów tworzących radiowe serwisy informacyjne. Do nich należy zaliczyć: wprowadzenie, zapowiedzi, newsy zakończenie. Newsy stanowiące korpus programów posiadają strukturę opartą na kontaminacji, ponieważ pojedynczy news może zawierać cechy innych gatunków informacyjnych czy publicystycznych, np. korespondencji, relacji reporterskiej, komentarza, wywiadu. Poszczególne komponenty analizowanych programów informacyjnych realizują różne cele komunikacyjne, tj. poznawcze, perswazyjne i ludyczne. Wobec powyższego należy stwierdzić, że radiowy serwis informacyjny to gatunek w formie kolekcji.

⁵¹ M. Steciąg, op. cit., s. 123.

Wnioski końcowe

Niniejsza rozprawa doktorska dotyczyła mediolingwistycznej analizy radiowych serwisów informacyjnych. Zgodnie z przyjętą metodologią spojrzenie na wybrane programy miało charakter interdyscyplinarny – przyjęta mediolingwistyczna perspektywa łączy w sobie wiedzę z zakresu medioznawstwa i szeroko pojętego językoznawstwa. W związku z tym w rozprawie ujęto radiowe serwisy informacyjne jako teksty komunikacji radiowej spełniające kryteria analizowanego gatunku. Obszary analizy zebranego materiału badawczego dotyczą zatem językowego, strukturalnego, i komunikacyjnego aspektu funkcjonowania radiowych serwisów informacyjnych w przestrzeni medialnej.

W pierwszej części badawczej przedstawiono układy nadawczo-odbiorcze występujące w komunikacji medialnej zachodzącej za pośrednictwem radiowych serwisów informacyjnych. Dla komunikacji radiowych serwisów informacyjnych, z pozoru tak prostej, wskazano liczne układy nadawczo-odbiorcze, co zapewne wynika z wielopoziomowości współczesnego nadawcy medialnego, którym nie jest sam prezydent odczytujący wiadomości na antenie, ale również ich rzeczywisci twórcy, członkowie redakcji informacyjnej czy zarząd instytucji medialnej, do której przynależy dana radiostacja. Jednakże to prowadzący będą dla odbiorcy bezpośrednimi nadawcami. Bezpośredni nadawcy stanowią istotny element, gdyż to ich głos dociera bezpośrednio do słuchacza radia, często identyfikującego ich jako rzeczywistych twórców serwisów. Pełnią oni także kluczową rolę reprezentacyjną dla radiostacji.

Na złożoność układów komunikacyjnych badanych programów wpływ ma również ich wielowarstwowa struktura, w której skład wchodzi także wypowiedzi różnych prowadzących, reporterów czy rozmówców. Do układów nadawczo-odbiorczych należących do radiowych serwisów informacyjnych zaliczyć zatem można następujące relacje: prowadzący-radiosłuchacz, prowadzący-prowadzący, prowadzący-dziennikarz, dziennikarz-rozmówca. Są to układy dostępne dla radiosłuchacza. Dla trzech ostatnich radiosłuchacz jest dodatkowym odbiorcą.

Nie wszystkie układy komunikacyjne mają odzwierciedlenie w wykładnikach językowych serwisów. Większa liczba różnych układów nadawczo-odbiorczych charakteryzuje programy nadawców prywatnych niż publicznych czy społecznych. Wynika to z bardziej złożonej struktury programów komercyjnych. Ponadto radiowe serwisy informacyjne stacji komercyjnych w większym stopniu w nadawanych komunikatach ujawniają obecność radiosłuchacza poprzez różnego rodzaju powitania, pożegnania czy wręcz

bezpośrednie zwroty do odbiorcy, dbając w ten sposób o bliską z nim relację. Jednak takie komunikaty przyczyniają się do tego, że czas antenowy zajmowany jest przez komunikaty metajęzykowe, a nie czysto powiadamiające, realizujące prymarną, wynikającą z tradycji funkcję serwisów informacyjnych. Nie jest to jednak element zaskakujący, ponieważ stacje komercyjne nastawione są na zysk ekonomiczny płynący z możliwie jak największej liczby odbiorców radiostacji, którzy jednocześnie są odbiorcami reklam dających zarobek radiostacji. Duży nacisk na językowe ujawnienie obecności radiosłuchacza w komunikacji radiowej kładzie również Radio Maryja. To także nie jest czynnikiem niespodziewanym z tego względu, że ta radiostacja utrzymuje się z pieniędzy sponsorów oraz wpłat sympatyków radia. Co więcej, program informacyjny dla tej rozgłośni stanowi ważny element ramówki, ponieważ oprócz misyjnego charakteru ma ona również promować konkretne społeczno-polityczne wartości. Nie można tego stwierdzić o Radiu Niepokalanów, które wydaje się być bardziej nastawione na swoją misyjną powinność. Obecność serwisu informacyjnego w programie Radia Niepokalanów wynika z utrwalonej tradycji mediów, gdzie transmitowanie wiadomości o pełnej godzinie pełni funkcję swoistego zegara, rytmizującego dzień słuchaczy. W serwisach radia publicznego relacja radiosłuchacz-prowadzący ma charakter oficjalny, a dziennikarze bardzo rzadko zwracają się do swoich odbiorców w sposób bezpośredni. Może to wynikać z faktu, że realizacja funkcji fatycznej nie stanowi celu prymarnego.

Druga część poświęcona jest językowym sposobom przytaczania w radiowych serwisach informacyjnych. Poprzedni rozdział, poświęcony układom nadawczo-odbiorczym ujawnił obecność w programach informacyjnych wypowiedzi, które nie stanowią realnej komunikacji medialnej, ale mają status przytoczeń będących często źródłem potwierdzającym przekazywane informacyjne. Przytoczenia w radiowych serwisach informacyjnych występują zarówno w wypowiedziach dziennikarzy relacjonujących wiadomości, jak i w relacjach reporterów czy korespondencjach. Do najczęściej stosowanych rodzajów przytoczeń należą: mowa niezależna, mowa zależna oraz mowa znarratywizowana. Duże znaczenie dla twórców tekstów radiowych serwisów informacyjnych mają czasowniki przytoczenia, ponieważ komunikacja radiowa dysponuje tylko językowym i parajęzykowym kodem. Wobec tego za ich pomocą nadawca może przedstawić słuchaczowi to, co nie jest dla niego widoczne.

Przytoczenia są bardziej powszechne w radiu publicznym i katolickim, gdzie rzadziej występują relacje reporterskie i autentyczne wypowiedzi rozmówców. W radiu komercyjnym dominują zwłaszcza w relacjach reporterskich, ponieważ pomagają w skutecznym przedstawianiu sytuacji omawianej w newsie. Ich częste i uzasadnione wykorzystanie

umożliwia zwięzłe przedstawianie faktów, jednoznaczne wskazywanie źródła cytowanych słów oraz dystansowanie się nadawcy od cudzych wypowiedzi, dzięki czemu tworzą pozór obiektywności prezentowanych informacji.

Kolejny rozdział analityczny dotyczy elementów strukturalnych i językowych wchodzących w skład ramy inicjalnej i finalnej radiowych serwisów informacyjnych. Ramy początku i końca to jedna z najbardziej kluczowych części programów medialnych, ponieważ wymagają inicjacji kontaktu z odbiorcą i zachęty do bycia stałym odbiorcą oferty radiowej. Zgodnie z koncepcją gatunku Marii Wojtak wyróżniono kanoniczny i alternacyjny kształt ramy serwisów informacyjnych oraz wskazano na najbardziej reprezentatywne środki językowe dla jej poszczególnych elementów. Do kanonicznych elementów ramy inicjalnej należy zaliczyć: dżingiel, nazwę programu radiostacji, przedstawienie się lub przedstawienie prowadzącego przez innego spikera oraz skrót wiadomości, a do alternacyjnych: powitanie, zaproszenie do wysłuchania serwisu, komunikaty o funkcji metatekstowej oraz komunikaty o funkcji autopromocyjnej. Dla ramy finalnej obligatoryjnym elementem jest wyłącznie dżingiel. Alternacyjnymi elementami ramy końca są natomiast: zaproszenie na kolejne wydanie serwisu, podziękowanie za wysłuchanie, zapowiedź treści kolejnych serwisów, komunikaty o funkcji metatekstowej i komunikaty o funkcji autopromocyjnej. Powtarzającym się elementem w ramie jest dżingiel, dlatego poświęcono mu osobny fragment pracy. Dżingiel, muzyczny czy słowno-muzyczny, oprócz funkcji identyfikacyjnej i fatycznej odgrywa również kluczową rolę w autopromocji stacji. Dotyczy to przede wszystkim rozgłośni komercyjnych. Występuje nie tylko w ramie okalającej, ale również w całym programie pomiędzy newsami, pełniąc funkcję przerywnika. Zazwyczaj tekstem dżingli jest przekaz podkreślający wiarygodność, rzetelność i aktualność prezentowanych na antenie wiadomości. Określeniom tym towarzyszy nazwa stacji czy programu służące identyfikacji. Warstwa słowna dżingli często budowana jest w oparciu o gry językowe.

Czwarta, ostatnia część dotyczy struktury głównej części serwisów. Radiowe serwisy informacyjne zostały ujęte jako gatunki w formie kolekcji. Uproszczona budowa tego gatunku zakłada obecność następujących elementów: wprowadzenie, skrót wiadomości, newsy (informacja radiowa), zakończenie. Pojedyncza wiadomość może być, ale nie musi, oddzielona dżinglem lub krótkim, dowolnym sygnałem radiowym. W skład skrótu wiadomości oraz newsów wchodzi różne gatunki medialne, głównie mające swoje źródło w prasie. Do nich należy zaliczyć: zapowiedź, wzmiankę, notatkę prasową, wiadomość prasową, korespondencję, relację reporterską, komentarz oraz wywiad. Najbardziej zróżnicowana struktura widoczna jest w serwisach informacyjnych prywatnych stacji,

w których dominuje informacja komercyjna. Nieco inaczej jest w przypadku stacji publicznych czy społecznych, których serwisy pozostają zazwyczaj silnie ustrukturyzowane, ale w pewnym stopniu podlegają ewolucji i absorbowaniu niektórych elementów charakterystycznych dla informacji komercyjnej, próbując im dorównać i podążając za najnowocześniejszymi trendami medialnymi wyznaczanymi przez stacje komercyjne wzorujące się na zagranicznych instytucjach medialnych.

Na przykładzie radiowych serwisów informacyjnych można stwierdzić, że funkcjonowanie gatunków w radiu ma charakter:

- linearny – płynne przejście jednego gatunku w drugi. Choć istnieją pewne elementy, które wyznaczają początek i koniec danego programu, to jednak bardzo często nadawcy radiowi dbają o to, by po zakończeniu jednego programu odbiorca nie odchodził od radioodbiornika, a został, by wysłuchać kolejny – stąd na przykład osoba prowadząca jedną audycję zapowiada i przedstawia kolejnego prowadzącego. Może to też działać w odwrotną stronę, radio pełni funkcję medium towarzyszącego codziennym aktywnościom odbiorcy – odpowiadając na tę potrzebę, nadawcy zaplanowali ramówkę tak, by radiosłuchacz nigdy się nie nudził.
- szkatułkowy – jeden program w innym programie, radiowe serwisy informacyjne stanowią część bloków programowych. Dobowy program radiowy tworzą wielogodzinne audycje, tzw. formaty, których elementami są mniejsze gatunki radiowe, na przykład omawiane radiowe serwisy informacyjne. Wówczas prowadzący konkretny blok zapowiada serwis informacyjny oraz jego prowadzącego lub prowadzących, a po zakończeniu serwisu kontynuowana jest przerwana audycja. Można zatem mówić o gatunkach w gatunkach czy audycjach w audycjach. Gatunki te funkcjonują jako odrębne programy o określonej nazwie i celu komunikacyjnym, jednakże w momencie ich realizacji na antenie tracą swoją odrębność.

Zdaniem Stachyry media publiczne dopasowują się do mediów komercyjnych z powodu rosnącej konkurencji z ich strony, zwłaszcza w przypadku audycji rozrywkowych⁵². Upodobnianie się radia publicznego do radia komercyjnego widać również w obrębie programów informacyjnych, co wykazała niniejsza analiza. Oferta nadawcy publicznego stopniowo przybliżyła się do oferty nadawcy komercyjnego, co prowadzi do łączenia informacji z rozrywką. Informacja radia publicznego ewoluuje w stronę informacji komercyjnej. Z kolei

⁵² G. Stachyra, *Perspektywy badania współczesnej genologii radiowej*, op. cit., s. 49.

informacja w radiu społecznym, dla którego powiadamanie nie jest kluczowym założeniem programowym, najsłabiej ulega współcześnie zachodzącym zjawiskom w przeobrażeniach radiowych serwisów informacyjnych. Media komercyjne wyznaczają trendy w przekazach medialnych, za którymi podążają media publiczne. Media społeczne ze względu na swoją specyficzną zawężoną grupę odbiorców nie ulegają im tak mocno. W mediach społecznych z jednej strony misyjność determinuje formę i treść przekazu (Radio Niepokalanów), z drugiej strony nie brak w nich uległości względem wpływów politycznych.

Radiowe serwisy informacyjne ciągle pozostają sztandarowym elementem radiowej ramówki. Należy stwierdzić, że nadrzędną funkcją wszystkich badanych przez mnie serwisów informacyjnych jest informowanie, rozumiane jako przekazywanie faktów z kraju i ze świata zgodnie z przyjętą ideologią stacji, które realizowanie jest za pomocą różnych form, konwencji oraz struktur językowych. Poza powiadamianiem serwisy mają również rozrywkowy charakter, zwłaszcza te stacji komercyjnej. Elementy ludyczne występują także w serwisach informacyjnych radia publicznego, ale w dużo mniejszym stopniu. Takich cech całkowicie są pozbawione stacje społeczne.

Na podstawie zebranego materiału można zatem wyróżnić następujące funkcje serwisów informacyjnych:

- informacyjna – realizowana jako powiadamianie odbiorców o najnowszych wydarzeniach dziejących się na skalę krajową i międzynarodową. Ma ona zaktualizować dotychczasową wiedzę odbiorcy na temat otaczającej rzeczywistości. Jak pokazują przeprowadzone analizy, funkcja ta nie realizuje założenia obiektywizmu dziennikarskiego, ale zasadę spójności wizji świata nadawcy i odbiorcy.
- rozrywkowa – w najmniejszym stopniu funkcja ta realizowana jest przez nadawców publicznych i społecznych, choć programy tychże nadawców nie są jej całkowicie pozbawione. Przekazy medialne „przyzwyczały” współczesnego odbiorcę do atrakcyjnej obudowy informacji, dlatego trudno dziś mówić o oderwaniu informacji od rozrywki.
- autopromocyjna – duża konkurencyjność wymusza realizację funkcji promocyjnej w programach informacyjnych, polegającej przede wszystkim na podkreślaniu atrakcyjności swoich programów. Funkcja ta znacznie bardziej dominuje w radiostacjach komercyjnych. Dla stacji komercyjnych, o informacyjno-muzycznym formacie, radiowe serwisy informacyjne to jeden z najważniejszych elementów oferty programowej, stanowiący poniekąd wizytówkę radiostacji.

- mobilizacyjna – działania na rzecz określonych celów w zakresie polityki, ekonomii czy religii. Na podstawie zebranego materiału, który dotyczył okresu pandemii, można stwierdzić, że media odegrały ważną rolę w integrowaniu i edukowaniu społeczeństwa w kwestii zwalczania pandemii koronawirusa. Należy stwierdzić, że wszystkie mainstreamowe stacje, choć niekiedy reprezentujące przeciwstawne interesy, realizowały ten sam cel, którym była ochrona społeczeństwa przed groźnymi skutkami koronawirusa.

Wszystkie przeanalizowane przeze mnie radiowe serwisy informacyjne mają zbliżoną podstawową budowę. Składają się z trzech, czterech newsów urozmaiconych różnymi formami gatunkowymi. Najbardziej złożoną formę wiadomości mają programy informacji stacji komercyjnych. Różnorodność programów tworzy nie tylko występowanie innych form gatunkowych, ale również obecność muzyki, autopromocyjnych dżingli, elementów spontaniczności w wypowiedziach dziennikarzy, dzięki czemu program ma mniej poważną atmosferę oraz kreowany jest pozór natychmiastowości i synchroniczności nadawania serwisu, co dla przekazów informacyjnych jest bardzo ważne. Bogata i spójna formuła (wpasowująca się w trend inforozrywki) radiowych serwisów komercyjnych sprawia, że programy te mają silną przewagę w popularności nad pozostałymi analizowanymi serwisami. Twórcy *Faktów RMF FM* i *Wiadomości Radia ZET* w umiejętny sposób łączą elementy rozrywkowe z elementami autopromocyjnymi, sprawiając, że ich przekaz informacyjny jest przystępny, a także sprawia wrażenie rzetelnego i wiarygodnego⁵³. Radio komercyjne napędzane przez potrzebę zarabiania jest zatem wyznacznikiem najnowszych trendów w programach informacyjnych. Tendencję tę próbuje naśladować radio publiczne, które jednak ze względu na długoletnią tradycję stanowić powinno wzór profesjonalnego dziennikarstwa informacyjnego. Co więcej, duży wpływ na kształt informacji radiowych ma również grupa odbiorcza radia publicznego, przywykła do powszechnie stosowanej formuły programu, pozbawionej rozpraszających elementów. Programy informacyjny Radia Niepokalanów oraz Radia Maryja, choć rozgłoszenie te stanowią tę samą grupę nadawczą, znacząco się od siebie różnią. Dla Radia Niepokalanów ogólnopolski serwis jest mało znaczącym elementem ramówki, który nie realizuje głównej funkcji radiostacji, jaką jest misyjność. Dla Radia Maryja, z kolei, wiadomości to narzędzie do realizacji między funkcji perswazyjnej – polegającej na kreowaniu rzeczywistości zgodnie ze światopoglądem

⁵³ Celem przeprowadzonej analizy nie była odpowiedź na pytanie, czy przekazy badanych programów odzwierciedlają rzeczywistość, lecz ocena wpływu nadawców instytucjonalnych na kreację serwisów i ich odbiór przez radiosłuchaczy.

odpowiadającym sponsorom i odbiorcom stacji - oraz autopromocyjnej – Radio Maryja tak, jak radio komercyjne, również musi zabiegać o zdobycie i zatrzymanie swoich odbiorców.

Wykaz skrótów

OR – odbiorca-radiosłuchacz

PR1 – Program Pierwszy Polskiego Radia

PR3 – Program Trzeci Polskiego Radia

RM – Radio Maryja

RN – Radio Niepokalanów

SJP PWN – *Słownik języka polskiego PWN*

SJS – *Słownik językowego savoir-vivre'u* pod red. M. Marcjanik

USJP – *Uniwersalny słownik języka polskiego* pod red. S. Dubisza

WSJP – *Wielki słownik języka polskiego* pod red. P. Żmigrodzkiego

Wykaz rysunków, tabel i fotografii

Rysunki

Rys. nr 1: *Łańcuch typów nadawców według K. Kaszewskiego* – s. 100.

Rys. nr 2: *Typologia powstawania widowni środków masowego przekazu* – s. 106.

Rys. nr 3: *Zróźnicowanie zasięgu widowni wg Clause’a* – s. 109.

Rys. nr 4: *Typy sytuacji nadawczo-odbiorczych w magazynie telewizyjnym „Szkoło Kontaktowe” według Anny Krupskiej-Perek* – s. 119.

Rys. nr 5: *Schemat komunikacji dla poziomów makro (układy nr 1, 2 i 3)* – s. 122.

Rys. nr 6: *Wielopoziomowość układu nadawczo-odbiorczego w radiowych serwisach informacyjnych* – s. 122.

Rys. nr 7: *Schemat komunikacji dla poziomu w sytuacji nr 4* – s. 123.

Rys. nr 8: *Schemat komunikacji dla poziomu mikro w sytuacji nr 5 i 6* – s. 124.

Rys. nr 9: *Schemat komunikacji dla poziomu mikro w sytuacji nr 7* – s. 125.

Tabele

Tab. nr 1: *Gatunek w formie kolekcji a kolekcja gatunków* – s. 40.

Tab. nr 2: *Gatunek w formie kolekcji a kolekcja gatunków – przykłady w badaniach genologicznych* – s. 41.

Tab. nr 3: *Rodzaje gatunków w radiowej przestrzeni komunikacyjnej* – s. 42.

Tab. nr 4: *Udział w czasie słuchania stacji ogólnopolskich dla okresu: od IV 2019 do VI 2020* – s. 45.

Tab. nr 5: *Udział w czasie słuchania stacji ogólnopolskich dla okresu: od VI 2022 do VIII 2023* – s. 46.

Tab. nr 6: *Uproszczony schemat struktury analizowanych radiowych programów informacyjnych* – s. 96.

Tab. nr 7: *Przykłady modułów makrosytuacyjnych jako składników wielokomponentowej struktury komunikatu medialnego* – s. 117.

Tab. nr 8: *Nadawcy i odbiorcy w radiowych programach informacyjnych* – s. 122.

Tab. nr 9: *Charakterystyka układów odbiorczo-nadawczych w radiowych serwisach informacyjnych* – s. 127.

Tab. nr 10: *Występowanie bezpośrednio dostępnymi adresatowi układów nadawczo-odbiorczych w badanych programach informacyjnych* – s. 129.

Tab. nr 11: *Obecność językowych wykładników nawiązania kontaktu dla wyodrębnionych układów komunikacyjnych* – s. 153.

Tab. nr 12: *Podział sposobów przytoczeń ze względu na ich stopień tekstowej odrębności* – s. 160.

Tab. nr 13: *Liczba czasowników przytoczenia zawartych w analizowanym materiale w serwisach poszczególnych rozgłośni* – s. 189.

Tab. nr 14: *Elementy kanoniczne ramy tekstowej w analizowanych stacjach* – s. 231.

Tab. nr 15: *Elementy alternacyjne ramy tekstowej w analizowanych stacjach* – s. 232.

Tab. nr 16: *Przykłady gatunków informacyjnych, publicystycznych i pogranicznych* – s. 235.

Tab. nr 17: *Typologie gatunków medialnych: gatunki informacyjne i publicystyczne* – s. 237.

Tab. nr 18: *Cechy informacji w wiadomościach radiowych wybranych radiostacji* – s. 243.

Fotografie

Fot. nr 1: *Strona główna strony internetowej Radia ZET* – s. 292.

Fot. nr 2: *Znajdujące się na stronie głównej strony internetowej Radia ZET odnośniki do newsów* – s. 293.

Fot. nr 3: *Strona główna strony internetowej Radia RMF FM* – s. 294.

Fot. nr 4: *Znajdujące się na stronie głównej strony internetowej Radia RMF FM odnośniki do newsów* – s. 295.

Fot. nr 5: *Strona główna strony internetowej Programu Pierwszego Polskiego Radia* – s. 296.

Fot. nr 6: *Strona główna strony internetowej Programu Trzeciego Polskiego Radia* – s. 297

Fot. nr 7: *Strona główna strony internetowej Radia Maryja* Fot. nr 8: *Strona główna strony internetowej Radia Maryja – rubryka „Informacje” – s. 297.*

Fot. nr 8: *Strona główna strony internetowej Radia Niepokalanów – s. 298.*

Bibliografia

- Adamowski J., *Środki masowej informacji w Polsce po likwidacji instytucji cenzury (1990-2000)*, Warszawa 2000.
- Adams S., Hicks W., *Wywiad dziennikarski*, Kraków 2007.
- Albińska K., *Poranna audycja radiowa jako hybryda megagatunkowa*, Toruń 2017.
- Bachura-Wojtasik J., *Odsłony wyobraźni. Współczesne słuchowisko radiowe*, Toruń 2012.
- Balcerzan E., *W stronę genologii multimedialnej*, „Tekst Drugie”, 1999 (59), s. 7–24.
- Banach J., *Tekst radiowy jako tekst mówiony*, [w:] *Miejska polszczyzna mówiona. Metodologia badań. Materiały z konferencji naukowej w Sosnowcu w dniach 20-21 czerwca 1974 roku*, red. W. Lubaś, Katowice 1976, s. 127-140.
- Bardijewska S., *Nagie słowo. Rzecz o słuchowisku*, Warszawa 2001.
- Bartmiński J., *Językowe podstawy obrazu świata*, Lublin 2006.
- Bartmiński J., Niebrzegowska-Bartmińska S., *Tekstologia*, Warszawa 2009.
- Bauer Z., *Dziennikarstwo wobec nowych mediów. Historia. Teoria. Praktyka*, Kraków 2009.
- Bauer Z., *Gatunki dziennikarskie*, [w:] *Dziennikarstwo i świat mediów*, Kraków 2000.
- Beliczyński J., *Słownik pojęć z zakresu radia i reklamy radiowej*, Kraków 2007.
- Biblia dziennikarstwa*, red. A. Skworz, A. Niziołek, Kraków 2010.
- Bobrowska E., *Obrazowanie społeczeństwa w mediach. Analiza radiomaryjnego dyskursu*, Kraków 2007.
- Boniecka B., Panasiuk J., *O języku audycji radiowych*, Lublin 2001.
- Boniecka B., *Profile potoczności w wypowiedziach oficjalnych (na przykładzie radiowych audycji dla dzieci i młodzieży)*, [w:] *Język w komunikacji*, red. G. Habrajska, t. 1, Łódź 2001, s. 61-78.
- Boyd A., Stewart P., Ray A., *Dziennikarstwo radiowo-telewizyjne. Techniki tworzenia programów informacyjnych*, Kraków 2011.
- Bralczyk J., *Język na sprzedaż*, Gdańsk 2004.

- Chojak J., *Semantyka i składnia czasowników oznaczających reakcje słowne*, Warszawa 2006.
- Chyliński M., Russ-Mohl S., *Dziennikarstwo*, Warszawa 2007.
- Chyliński M., S. Russ-Mohl, *Dziennikarstwo*, Warszawa 2008.
- Colapinto J., *Głos i jego moc*, Warszawa 2022.
- Czarnek P., *Rodzaje rozrywki w polskiej radiofonii komercyjnej*, Łódź 2014,
- Czechowska-Derkacz B., *Dziennikarstwo obywatelskie – o mediach w rękach odbiorców*, [w:] *Media, business, culture*, red. M. Łosiewicz, A. Ryłko-Kurpiewska, t. 1, Gdynia 2015, s. 545-562.
- Czego nas uczy Radio Maryja?*, red. I. Krzeziński, Warszawa 2009.
- Człowiek i kultura w komunikacji medialnej*, red. M. Karwatowska, R. Litwiński, A. Siwiec, Lublin 2015.
- Dobek-Ostrowska, B.: *Komunikowanie publiczne i polityczne*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2006.
- Dobrzyńska T., *Badania struktury tekstu – nowe źródło inspiracji stylistyki*, [w:] *Polska genologia lingwistyczna*, red. D. Ostaszewska, R. Cudak, Warszawa 2008, s. 51-66.
- Doliwa U. I in., *Sformatowany dżingiel czy formatowanie dżinglami. Analiza sygnałów dźwiękowych stacji radiowych*, [w:] *Gatunki i formaty we współczesnych mediach*, red. W. Godzic, A. Koziół, J. Szyłko-Kwas, Warszawa 2015.
- Doliwa U., Kobiak K., Piasecka K., Podbielska A., Szydłowska M., Wiśniewska M., *Dżingiel identyfikujący stację jako istotny element programu radiowego. Analiza procesu produkcji*, „Media-Kultura-Komunikacja Społeczna”, 2019, s. 121-133.
- Domagała B., *Konserwatywny i liberalny dyskurs religijny w Polsce*, [w:] *Media i religia. Nowy kontekst komunikacyjny*, red. R. Sierocki, M. Sokołowski, A. Zduniak, Toruń 2016, s. 135-148.
- Doroszewski W., *Językoznawstwo a radiofonii*, „Poradnik Językowy”, 1938-39 (3), s. 31-32.
- Drózdź M., *Konwergencja mediów – tendencje, modele i konsekwencje*, „Studia Medioznawcze”, 2008 (34), s. 84-103.
- Dunaj B., *O wymowie spikerów i lektorów radiowych*, „Język Polski”, 1983 (1-2) s. 7-26.
- Dunaj B., *Sytuacja komunikacyjna a różnicowanie polszczyzny mówionej*, „Język Polski”, 1985 (2-3), s. 88-98.

Dybalska R., Kępa-Figura D., Nowak P., *Przemoc w języku mediów?: analiza semantyczna i pragmatyczna audycji radiowych*, Lublin 2004.

Dziennikarstwo i świat mediów, red. Z. Bauer i E. Chudziński, Kraków 2012.

E-gatunki. Dziennikarz w nowej przestrzeni komunikowania, red. Z. Bauer, W. Godzic, Warszawa 2015.

Encyclopedia of Political Communication, red. L. Lee, Ch. Holtz-Bacha, Floryda 2007.

Encyklopedia językoznawstwa ogólnego, red. K. Polański, Wrocław 2003.

Encyklopedia mediolingwistyki, red. I. Loewe, Kraków 2023.

Fleischer M., *Obraz świata. Ujęcie z punktu widzenia teorii systemów i konstruktywizmu*, „Język a Kultura”, t. 13, 2000, s. 45-71.

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

Frelichowska D., *Ojcowie Redemptoryści i ich Radio Maryja*, Toruń 1999.

Furman W., Kaliszewki A., Snopek J., Wolny-Zmorzyński K., *Prasowe gatunki dziennikarskie*, Warszawa 2014.

Furman W., Kaliszewki A., Wolny-Zmorzyński K., *Gatunki dziennikarskie. Teoria. Praktyka. Język*, Warszawa 2006.

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

Gans H., *Deciding What's News: A Study of CBS evening news, NBC nightly news, Newsweek and Time*, Illinois 2004.

Garcarek A., *Informacja w radiu komercyjnym*, „Acta Universitatis Lodziensis. Folia Litteraria Polonica”, 2011 (14), s. 115-122.

Gatkowska I., *Konotacje koloru w testach swobodnych skojarzeń słownych w ciągu pięćdziesięciu lat. Studium porównawcze*, „Polonica”, 2020 (40), s. 59-71.

Gatunki dziennikarskie w erze cyfryzacji. Teoria. Etyka. Prawo. Praktyka, red. K. Wolny-Zmorzyński, Toruń 2021.

Goban-Klas T., *Media i komunikowanie masowe. Teorie i analizy prasy, radia, telewizji i internetu*, Warszawa 2005.

Godzic W., *Telewizja i jej gatunki po „Wielkim Bracie”*, Kraków 2004.

Greszczuk B., *Mowa pozornie zależna w strukturach współczesnych prasowych tekstów polemicznych*, [w:] *Tekst - akt mowy - gatunek wypowiedzi*, red. U. Sokólska, Białystok 2013, s. 147-155.

Grzegorzczuk R., *Pojęcie językowego obrazu świata*, [w:] *Językowy obraz świata*, red. J. Bartmiński, Lublin 1990, s. 41-49.

Grzegorzczuk R., *Wykłady z polskiej składni*, Warszawa 1998.

Grzelka M., Kula A., *Ewolucja polskiego newsa telewizyjnego i jego właściwości rodzajowych*, [w:] *Człowiek i kultura w komunikacji medialnej*, red. M. Karwatowska i inni, Lublin 2015, s. 89-98.

Grzelka M., Kula A., *Mowa niezależna w przekazie medialnym a podstawowe funkcje informacji dziennikarskiej (część 1)*, „Poznańskie Studia Polonistyczne. Seria Językoznawcza”, 2011 (38), t. 18, s. 9–18.

Grzelka M., Kula A., *Mowa niezależna w przekazie medialnym a podstawowe funkcje informacji dziennikarskiej (część 2)*, „Poznańskie Studia Polonistyczne. Seria Językoznawcza”, 2011 (38), s. 21-26.

Grzelka M., Kula A., *Mowa niezależna w przekazie medialnym a podstawowe funkcje informacji dziennikarskiej (część 3)*, „Poznańskie Studia Polonistyczne. Seria Językoznawcza”, 2011 (39), s. 9-21.

Grzelka M., Kula A., *Przytoczenie w przekazie medialnym*, Poznań 2012.

Grzelka M., *Pytanie dziennikarskie. Pragmatyka i retoryka*, Poznań 2008.

Habielski R., *Polityczna historia mediów w Polsce w XX wieku*, Warszawa 2009.

Hallin D. C., Mancini P., *Systemy medialne. Trzy modele mediów i polityki w ujęciu porównawczym*, Kraków 2010, s. 30-32.

Hermann M., *Pytania retoryczne w rzymskiej teorii wymowy i możliwości ich współczesnego zastosowania w relacji wykładowca-student*, „Zeszyty Glottodydaktyczne Jagiellońskiego Centrum Językowego”, 2010 (2), s. 137-145.

Iwański Ł., *Utowarowienie treści publikowanych w internecie. Społeczne aspekty problemu*, [w:] *Nauka o informacji w okresie zmian. Innowacyjne usługi informacyjne*, red. B. Sosińska-Kalata, P. Tańkowski, Warszawa 2018.

Jakubczak K., *Istota dziennikarstwa obywatelskiego w polskiej przestrzeni medialnej*, „Kultura-Media-Teologia”, 2020 (41), s. 62-82.

Janicka K., Kudra B., *Autoprezentacja wybranych rozgłośni radiowych (analiza porównawcza rozgłośni PR1 i RMF FM)* [w:] *Współczesne odmiany języka narodowego*, red. K. Michalewski, Łódź 2004,

Jędrzejewski S., *Radio renesans*, Warszawa 1997.

Jędrzejewski S., *Radio w komunikacji społecznej. Rola i tendencje rozwojowe*, Warszawa 2003.

Język w internecie, red. M. Kita i I. Loewe, Katowice 2016.

Język w kinie, red. M. Kita i I. Loewe, Katowice 2022.

Język w mediach, red. M. Kita i I. Loewe, Katowice 2012.

Język w prasie, red. M. Kita i I. Loewe, Katowice 2019.

Język w radiu, red. M. Kita i I. Loewe, Katowice 2018.

Język w telewizji, red. M. Kita i I. Loewe, Katowice 2016.

Język. Teoria – dydaktyka, red. B. Greszczuk, Rzeszów 1999.

Jupowicz-Ginalska A., *O depolaryzacji zawodów z zakresu dziennikarstwa i komunikacji marketingowej. Etyka a praktyka dziennikarska*, „Studia Medioznawcze”, 2014 (1).

Jurkowski M., *Problematyka badań nad językiem radia*, „Poradnik Językowy”, 1984 (2), s. 94-99.

Kalisz A., *Stacje ogólne i tematyczne polskiej telewizji z perspektywy genologii lingwistycznej*, Katowice 2019.

Karaśkiewicz A., *Spójność multimodalnego przekazu reporterskiego w krótkiej relacji telewizyjnej „na żywo”*, Poznań 2016.

Kaszewski K., *Język dyskusji radiowej*, Warszawa 2006.

Kaszewski K., *Media o sobie. Językowe elementy autopromocyjne w przekazach informacyjnych prasy, radia i telewizji*, Warszawa 2018.

Kaszewski K., *Nazwy stacji radiowej jako składnik tytułu audycji*, „Studia Medioznawcze”, 2015, 2 (61), s. 107-119.

Kawka M., *O badaniu języka dyskursu medialnego*, „Media i Społeczeństwo”, 2014 (4), s. 164–72.

Kempa P., *Kształtowanie wizerunku medialnego Radia ZET*, [w:] *Translokacje i transpozycje w mediach*, red. A. Woźniak, Wrocław 2003, s. 187-249.

Kępa-Figura D., Nowak P., *Językowy obraz świata a medialny obraz świata*, „Zeszyty Prasoznawcze” 2006 (1-2).

Kita M., *Radio i oralność – z perspektywy językoznawczej*, „Acta Universitatis Lodziensis. Folia Litteraria Polonica”, 2017 (39), s. 31-47.

Kita M., *Wywiad prasowy. Język-gatunek-interakcja*, Katowice 1998.

Kleszczowa K., *Verba dicendi w historii języka polskiego. Zmiany znaczeń*, Katowice 1989.

Klimkiewicz B., *Krajobraz medialny w Polsce: struktura własności i pluralizm mediów*, [w:] *Własność medialna i jej wpływ na pluralizm oraz niezależność mediów*, red. B. Klimkiewicz, Kraków 2005.

Kneblewski R. A., *Komunikacja werbalna i niewerbalna w aspekcie filozoficznym: Rozważania metodologiczne w kierunku teorii aktów komunikowania*, [w:] *Zagadnienia socjo- i psycholingwistyki*, red. A. Schaff, Wrocław 1980, s. 237-249.

Kowalik-Kaleta Z., *Interdyskursywność w medialnych tekstach perswazyjnych – analiza KAD*, „Media i Społeczeństwo”, 2011 (1), s. 103-111.

Kowalski T., *Przyszłość mediów – media przyszłości*, [w:] *Media, komunikacja, biznes elektroniczny*, red. B. Jung, Warszawa 2001, s. 240-257.

Kozarzewska E., *Czasowniki mówienia we współczesnym języku polskim: studium semantyczno-składniowe*, Warszawa 1990.

Kraśkiewicz A., *Spójność multimodalnego przekazu reporterskiego w krótkiej relacji telewizyjnej „na żywo”*, Poznań 2016.

Kreutzfeldt J., *Stedts lyd. Radioreportagen og den auditive grammatik*, [w:] *Radioverdener. Auditiv kultur, historie og arkiver*, red. E.G. Jensen i in., Aarhus 2015.

Krupska-Perek A., *Komunikat w sytuacji medialnej „Szklą Kontaktowego”*, „Językoznawstwo: współczesne badania, problemy i analizy językoznawcze”, 2009 (3), s. 83-92.

Kubaczewska W., Hermanowski M., *Radio. Historia i współczesność*, Poznań 2008.

Kubat M., *Radio news – przekaz informacyjny w wybranych stacjach radiowych w pierwszej godzinie po zakończeniu głosowania w wyborach samorządowych w 2018 roku. Analiza porównawcza*, „Zeszyty Prasoznawcze”, 2019 (1), s. 31-43.

Kula A., *Redundancja w mediach. Studium pragmalingwistyczne*, Poznań 2017.

Kwiatkowski M. J., *Kulisy radia*, Warszawa 1973.

Laskowska E., *Niektóre składniki sytuacji komunikacyjnej*, [w:] *Sytuacja komunikacyjna i jej parametry*, red. G. Sawicka, Bydgoszcz 2010, s. 70–76.

Lippmann W., *Public Opinion*, Nowy Jork 1922.

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

Loewe I., *Gatunki paratekstowe w komunikacji medialnej*, Katowice 2007.

Lønstrup A., Stockfelt, O., Torben S., *Radiolab - three different approaches. SoundEffects*, „An Interdisciplinary Journal of Sound and Sound Experience”, 2012 (2), s. 113-154.

Łaziński M., *Wykłady o aspekcie polskiego czasownika*, Warszawa 2020.

Łuc I., *Współczesne gry komunikacyjnojęzykowe*, Katowice 2010.

M. Szulczewski, *Informacja*, [w:] *Teoria i praktyka dziennikarska*, red. B. Golka, M. Kafel, Z. Mitzner, Warszawa 1964, s. 91-97.

Marcjanik M., *Grzeczność w komunikacji językowej*, Warszawa 2007.

Maziarski J., *Gatunki dziennikarskie*, [w:] *Encyklopedia wiedzy o prasie*, red. J. Maślanka, Wrocław 1976, s. 89-91.

Mąka-Malatyńska K., *W stronę rozrywki. Przemiany polskich serwisów informacyjnych*, „Przegląd Humanistyczny”, 2016 (1), s. 101-113.

McLeish R., *Produkcja radiowa*, Kraków 2005.

McQuail D., *Teoria masowego komunikowania*, Warszawa 2007.

Media, business, culture, red. M. Łosiewicz, A. Ryłko-Kurpiewska, t. 1, Gdynia 2015.

Metody badania komunikacji mediów. Perspektywa teoretyczna i analityczna, red. A. Barańska-Szmitko, Łódź 2021.

- Mielczarek A., *Język prezenterów radiowych*, Poznań 2005.
- Mikołajczuk A., *O komunikacji językowej*, [w:] *Praktyczna stylistyka nie tylko dla polonistów*, red. E. Bańkowska, A. Mikołajczuk, Warszawa 2003, s. 17-49.
- Mrozowski M., *Media masowe. Władza, rozrywka i biznes*, Warszawa 2001.
- Narożna D., *Uwarunkowania funkcji rzecznika prasowego w Polsce. Teoria i praktyka*, Poznań 2018.
- Naruszewicz-Duchlińska A., *Inforozrywka (infotainment) w portalach informacyjnych tvn24.pl i tvp.info*, „Prace Językoznawcze”, 2013 (15), s. 65-75.
- Niereberg, B., *Zarządzanie mediami. Ujęcie systemowe*, Kraków 2011.
- Nowak P., *Metajęzyk dialogów radiowych w dyżurach prezenterkich*, [w:] *Dialog a nowe media*, Katowice 2004, s. 75-84.
- Nowak P., Piechota M., Stachyra G., *Rozrywka w mediach i komunikacji społecznej. Wybrane zagadnienia*, Lublin 2012.
- Ong W., *Oralność i piśmienność: słowo poddane technologii*, Lublin 1992.
- Oskiera A., *Strategie konwersacyjne w dialogu radiowym*, Łask 2006.
- Ostaszewska D., *Genologia lingwistyczna jako subdyscyplina współczesnego językoznawstwa*, [w:] *Polska genologia lingwistyczna*, red. R. Cudak, D. Ostaszewska, Warszawa 2008, s. 11-39.
- Palczewski M., *Teoria newsa. Historia-definicje-konteksty-dyskursy newsa w kręgu kultury zachodniej*, Warszawa 2018.
- Piekot T., *Dyskurs polskich wiadomości prasowych*, Kraków 2006.
- Pisarek W., *Gatunek dziennikarski: informacja*, „Zeszyty Prasoznawcze”, 1993 (3-4), s. 156-159.
- Pisarek W., *Wstęp do nauki o komunikowaniu*, Warszawa 2008.
- Pławecka A., *Współczesne funkcje wołacza*, „Studia Językoznawcze”, 2021 (20), s. 129-146.
- Pokorna-Ignatowicz, K., *Katolicka doktryna medialna: historia, główne tezy, dokumenty*, „Teorie Komunikacji i Mediów”, 2009 (1), s. 109–120.
- Pokorska M., *Delimitatory inicjalne i finalne w radiowych serwisach informacyjnych*, [w:] *Współczesne media. Dziennikarstwo jakościowe*, Lublin 2023, s. 163-176.

Pokorska M., *Językowe sposoby budowania relacji z odbiorcą radiowych programów informacyjnych*, „Forum Lingwistyczne”, 2022 (9), s. 1-14.

Polskie Radio. Historia-program-technika, red. A. Ossibach-Budzyński, Warszawa 2015.

Popularna encyklopedia mass mediów, red. J. Skrzypczak, Poznań 1999.

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. Szyłko-Kwas, Warszawa 2015, s. 35-51.

Radio w Polsce w latach 1935-1938, red. F. Pawliszak, Warszawa 1938.

Roschco B., *Newsmaking*, Chicago 1975, s. 11.

Rostkowska-Biszczyńska K., *One. Wywiady Teresy Torąskiej w ujęciu genologicznym*, Warszawa 2019.

Rutkowski M., Skowronek K., *Uwagi o współczesnym polskim nazewnictwie medialnym (nazwy audycji)*, [w:] *Współczesne odmiany języka narodowego*, red. K. Michalewski, Łódź 2004, s. 141-148.

Sawicka G., *Wprowadzenie*, [w:] *Sytuacja komunikacyjna i jej parametry. „Być nadawcą – być odbiorcą”*, red. G. Sawicka, W. Czechowski, Toruń 2014, s. 5–10.

Sielicki K., *Radio z kopca*, „Film-Radio-TV Professional”, 1993 (2).

Sitkowska K., *Słowo w komunikacji telewizyjnej. Strategie nadawczo-odbiorcze*, Łódź 2013.

Skarżyńska M., *Język reportażu telewizyjnego*, Warszawa 2011.

Skowronek B., *Mediolingwistyka*, Kraków 2013.

Skowronek K., *Językoznawstwo subwersywne*, „Annales Universitatis Paedagogicae Cracoviensis”. „Studia Linguistica”, 2011 (6), s. 30-40.

Słownik terminologii medialnej, red. W. Pisarek, Kraków 2006.

Słownik terminów literackich i gramatycznych, oprac. Z. Dominów, M. Dominów, Białystok 2001.

Słownik terminów literackich, red. J. Sławiński, Wrocław 2002.

Słownik wiedzy o mediach, red. W. Chudziński, Bielsko Biała 2007.

Sobczak B., *News telewizyjny jako akt retoryczny. Ustalenia terminologiczne*, „Acta Universitatis Lodzianae. Folia Litteraria Polonica”, 2016 (31), s. 97-111.

- Sobczak B., *Wywiad telewizyjny na żywo. Charakterystyka gatunku*, Poznań 2006.
- Soczyński, S., *Uwarunkowania działalności podmiotów gospodarczych w systemie medialnym społeczeństwa demokratycznego*, „Studia Socialia Cracoviensia”, 2013 (9), s. 93-100.
- Stachyra G., *Gatunki audycji w radiu sformatowanymi*, Lublin 2008.
- Stachyra G., *Perspektywy badania współczesnej genologii radiowej*, „Acta Universitatis Lodziensis. Folia Litteraria Polonica”, 2017 (39), s. 49–71.
- Stachyra G., *Podcasting jako technologia audio. Perspektywy rozwoju*, „Studia Medioznawcze”, 2017 (68), s. 29-41.
- Stachyra G., *Podcasting w perspektywie rozwoju specyfiki radiowej*, „Media-Kultura-Komunikacja Społeczna”, 2016 (12), s. 71-87.
- Stachyra G., *Rozrywka we współczesnym radiu*, [w:] P. Nowak. M. Piechota, G. Stachyra, *Rozrywka w mediach i komunikacji społecznej. Wybrane zagadnienia*, Lublin 2012, s. 49-120.
- Stajewski M., *Język dziennikarzy sportowych w radiu i telewizji*, „Poradnik Językowy”, 1978 (4), s. 165-168.
- Steciąg M., *Informacja. Wywiad. Felieton. Sposób istnienia tradycyjnych gatunków w radiu komercyjnym*, Zielona Góra 2006.
- Steciąg M., *Oralność pierwotna w wiadomościach radiowych*, [w:] *Współczesne odmiany języka narodowego*, red. K. Michalewski, Łódź 2004, s. 238-246.
- Szkudlarek-Śmiechowicz E., *Tekst w radiowej i telewizyjnej debacie politycznej. Struktura – spójność – funkcjonalność*, Łódź 2010.
- Szmyd J., *Medialny obraz rzeczywistości jako główna orientacja poznawcza i praktyczna w świecie*, [w:] *Medialny obraz rodziny i płci*, red. K. Pokorna-Ignatowicz, Kraków 2012.
- Szylko-Kwas J., *Wywiad telewizyjny – cechy twórcze a norma gatunkowa*, Warszawa 2013.
- Ślawska M., „*Tu sobie usiądźmy*”, czyli o sposobach rozpoczynania wywiadu, [w:] *Współczesne media: gatunki w mediach. Zagadnienia teoretyczne, gatunki w mediach drukowanych*, Lublin 2017, s. 331-344.
- Ślawska M., *Formy dialogu w gatunkach prasowych*, Katowice 2014.
- Ślawska M., *Sztuka mediów. O świadomości gatunkowej dziennikarzy prasowych*, Katowice 2019.

- Ślawska M., *Typologie gatunków medialnych – przegląd stanowisk*, „Forum Lingwistyczne”, 2017 (4), s. 15-29.
- Świętosławski M., *Etapy tworzenia informacji*, „Acta Universitatis Lodziensis. Folia Litteraria Polonica”, 2010 (13), s. 467-473.
- Taylor L., Willis A., *Medioznawstwo. Teksty, instytucje i odbiorcy*, Kraków 2006.
- Teoria i praktyka dziennikarska*, red. B. Golka, M. Kafel, Z. Mitzner, Warszawa 1964.
- Teoria i praktyka dziennikarstwa*, red. K. Kąkolewski, Wyd. PWN, Warszawa 1964.
- Thompson J. M., *Media i nowoczesność*, Wrocław 2001.
- Tokarski R., *Słownictwo jako interpretacja świata*, [w:] *Współczesny język polski*, red. J. Bartmiński, Lublin 2001, s. 343-370.
- Translokacje i transpozycje w mediach*, red. A. Woźniak, Wrocław 2003.
- Uszyński J., *Telewizyjny pejzaż genologiczny*, Warszawa 2004.
- Wasilewski J., *Medium jako remedium: Nowe media, stare sytuacje komunikacyjne*, „Kultura Współczesna”, 2005 (46), s. 121-134.
- Werner K., *Poznawcze zamknięcie. Strukturalna niewiedza a problem racjonalności*, „Przegląd Filozoficzny”, 2021 (117), s. 15-38.
- Wierzbicka E., Wolański A., Zdunkiewicz-Jedynak E., *Podstawy stylistyki i retoryki*, Warszawa 2008.
- Wilk J., *Dyskursywny profil słuchacza Pierwszego Programu Polskiego Radia*, Wrocław 2019.
- Wilkoń A., *Typologia odmian językowych współczesnej polszczyzny*, Katowice 2000.
- Wojtak M., *Analiza gatunków prasowych*, Lublin 2010.
- Wojtak M., *Gatunek w formie kolekcji a kolekcja gatunków*, „Poznańskie Spotkania Językoznawcze”, 2006, t. 15, s. 143–152.
- Wojtak M., *Gatunki prasowe*, Lublin 2004.
- Wojtak M., *Genologia tekstów użytkowych*, [w:] *Polonistyka w przebudowie. Literaturoznawstwo – wiedza o języku – wiedza o kulturze – edukacja. Zjazd Polonistów Kraków 22-25 września 2004*, t. 1, red. M. Czermińska i inni, Kraków 2005, s. 132-148.

Wojtak M., *O internetowych wersjach zapowiedzi dziennikarskich*, „Postscriptum Polonistyczne”, 2014 (14), s. 39-56.

Wojtak M., *Wprowadzenie do genologii*, Lublin 2019.

Wojtak M., *Wzorce zachowań językowych a praktyka komunikacyjna*, [w:] *Kształtowanie się wzorów i wzorców językowych*, red. A. Piotrowicz i inni, Poznań 2009, s. 21-33.

Wojtysiak J., *O wyrażeniach egzystencjalnych*, „Filozofia Nauki”, 1996 (15), s. 115-130.

Wolny-Zmorzyński K., A. Kozieł, *Genologia dziennikarska*, „Studia Medioznawcze”, 2013 (3), s. 23-34.

Wolny-Zmorzyński K., Kaliszewski A., Furman W., *Gatunki dziennikarskie. Teoria, praktyka, język*, Warszawa 2009.

Wolny-Zmorzyński K., Kaliszewski A., *Podstawowe pojęcia oraz problemy dotyczące rodzajów i gatunków dziennikarskich*, [w:] K. Wolny-Zmorzyński, A. Kaliszewski, W. Furman, *Gatunki dziennikarskie. Teoria, praktyka, język*, Warszawa 2006, s. 13-36.

Wolny-Zmorzyński K., *Reportaż*, [w:] *Dziennikarstwo i świat mediów*, red. Z. Bauer, E. Chudziński, Kraków 2008, s. 321-332.

Wolny-Zmorzyński K., *Reportaż. Między tradycją a postmodernizmem*, Toruń 2022.

Wóycicki K., *Z pogranicza gramatyki i stylistyki. (Mowa zależna, niezależna i pozornie zależna)*, „Przegląd Humanistyczny”, 1922 (1), s. 75–100; przedruk [w:] *Stylistyka teoretyczna w Polsce*, red. K. Budzyk, Warszawa 1946, s. 161–191.

Współczesne media – media informacyjne, t. 1 i t. 2, red. I. Hofman, D. Kępa-Figura, Lublin 2016.

Współczesne media – medialny obraz świata. Studium przypadku, red. I. Hofman, D. Kępa-Figura, Lublin 2015.

Współczesne media – medialny obraz świata. Zagadnienia teoretyczne, red. I. Hofman, D. Kępa-Figura, Lublin 2015.

Współczesne media – wolne media?, t. 1, 2 i 3, red. I. Hofman, D. Kępa-Figura, Lublin 2010.

Współczesne media. Dziennikarstwo jakościowe, t. 1 i 2, red. I. Hofman, D. Kępa-Figura, Lublin 2023.

Współczesne media. Dziennikarstwo jakościowe, t. I 2, red. I. Hofman, D. Kępa-Figura, Lublin 2023.

Współczesne media. Gatunki w mediach. Prace dedykowane Profesor Marii Wojtak, t. 1 i 2, red. I. Hofman, D. Kępa-Figura, Lublin 2017.

Współczesne media. Języków mediów, t. 1 i 2, red. I. Hofman, D. Kępa-Figura, Lublin 2013.

Współczesne media. Kryzys w mediach, t. 1 i 2, red. I. Hofman, D. Kępa-Figura, Lublin 2012.

Współczesne media. Problemy i metody badań nad mediami, t. 1 i 2, red. I. Hofman, D. Kępa-Figura, Lublin 2019.

Współczesne media. Przemoc w mediach, t. 1 i 2, red. I. Hofman, D. Kępa-Figura, Lublin 2020.

Współczesne media. Status – Aksjologia – Funkcjonowanie, t. 1 i 2, red. I. Hofman, D. Kępa-Figura, Lublin 2009.

Współczesne media. Wartości mediów, red. I. Hofman, D. Kępa-Figura, Lublin 2014.

Współczesne media. Wartości w mediach, red. I. Hofman, D. Kępa-Figura, Lublin 2014.

Współczesne media. Współczesne dyskursy medialne, t. I 2, red. I. Hofman, D. Kępa-Figura, Lublin 2022.

Współczesny język polski, red. J. Bartmiński, Lublin 2001.

Zarębina M., *Verba dicendi wprowadzające mowę niezależną w „Panu Tadeuszu” (na przykładzie ks. VII)*, „Annales Academiae Paedagogicae Crocoviensis. Studia Linguistica I”, 2002 (6), s. 457-466.

Zdunkiewicz-Jedynak E., *Wykłady ze stylistyki*, Warszawa 2008.

Zwiefka-Chwałek A., *Dziennikarstwo obywatelskie jako przejaw mediamorfozy*, Wrocław 2009.

Żórawski K., *Długi stół. Skrypt dla dziennikarzy programów informacyjnych*, Warszawa 2004.

Żurakowska M., *Literatura w radiu – gatunki, szanse, zagrożenia. Na przykładzie rozgłośni regionalnych*, „Folia Bibliologica”, 2017 (59), s. 27-59.

Żydek-Bednarczuk U., *Zmiany w zachowaniach komunikacyjnych a nowe odmiany językowe (odmiana medialna)*, [w:] *Język w mediach. Antologia*, red. I. Loewe, M. Kita, Katowice 2012, s. 24-31.

Netografia

1. Bowman S., Willis C., *we media. How Audiences Are Shaping the Future of News and Information*, https://ict4peace.org/wp-content/uploads/2007/05/we_media.pdf, [22.01.2023].
2. *Co to jest Radio 357?*, <https://radio357.pl/faq/ogolne/co-to-jest-radio-357/>, [d14.10.2024].
3. *Witam*, <https://nck.pl/en/projekty-kulturalne/projekty/ojczysty-dodaj-do-ulubionych/ciekawostki-jezykowe/witam,clt>, [20.02.2022].
4. *Ludzie Polskiego Radia. Wojciech Cegielski*, <https://www.polskieradio.pl/Ludzie/320801,Wojciech-Cegielski>, [5.11.2023].
5. Trochimczuk M., Informacje o audytorium radiowym w Polsce w II kwartale 2020 roku na podstawie danych badania Radio Track realizowanego przez Kantar Polska S.A., http://www.krrit.gov.pl/Data/Files/_public/Portals/0/kontrola/program/radio/kwartalne/rynek2020_2_kwartal.pdf, [20.10.2020].
6. *Wybory Prezydenta Rzeczypospolitej Polskiej 2020 r.*, <https://prezydent20200628.pkw.gov.pl/prezydent20200628/>, [21.06.2022].
7. *Historia. Jak powstało nasze radio?*, <https://30lat.rmf.fm/tiki-index.php?page=Historia>, [24.01.2021].
8. *Grupa Bauer Media*, <https://30lat.rmf.fm/tiki-index.php?page=Grupa%20Bauer%20Media>, [24.01.2021].
9. *Opowieści o świętym Maksymilianie (audycja nr 41 emitowana w Radiu Niepokalanów, 12.11.2009 r.)*, <https://radioniepokalanow.pl/historia/>, [29.09.2020].
10. Koncesja nr 0053/94-R, <http://www.krrit.gov.pl/dla-nadawcow-i-operatorow/koncesje/wykaz-koncesji-i-decyzji/results,1,1,0,0,1,0,0,0,1.html>, [10.09.2020].
11. *Mowa niezależna*, <https://sjp.pwn.pl/slowniki/mowa%20niezale%C5%BCna.html>, [.03.2023].
12. *Mowa zależna*, <https://wsjp.pl/haslo/podglad/45245/mowa-zalezna>, [29.03.2023].
13. *Aktualności radiowej Jedyнки*, <https://jedyinka.polskieradio.pl/audycje/5069>, [13.01.2024].
14. *Podcasty. „Wiadomości”*, https://player.radiozet.pl/Podcasty?_gl=1*8evtnv*_ga*MTI1NjY4NDI0OS4xNzA1MTU4NjE

5*_ga_MPM3D93P3J*MTcwNTE1ODYyMC4xLjAuMTcwNTE1ODYyMC42MC4wLjA.,
[13.01.2024].

15. *Serwis informacyjny*, <https://www.radiomaryja.pl/multimedia/audio/serwis-informacyjny/>,
[13.01.2024].

16. *Podcasty. „Fakty”*, <https://www.rmfon.pl/podcasty/fakty>, [13.01.2024].

17. *ZET*, <http://www.emsoft.ct8.pl/radio.php?id=9>, [25.09.2020].

18. *RMF*, <https://30lat.rmfm.tiki-index.php?page=RMF%20FM>, [25.09.2020].

19. *Fakty RMF FM*, <https://www.rmfon.pl/podcasty/fakty>, [28.09.2020].

20. *Radio ZET*, <https://wiadomosci.gazeta.pl/radio-zet>, [30.10.2023].

21. *Podcasty*, <https://radoniepokalanow.pl/podcasty/>, [13.01.2024].

22. *Historia*, <https://radoniepokalanow.pl/historia/>, [20.01.2024].

23. *Serwis Trójki*, <https://trojka.polskieradio.pl/audycja/8742>, [13.01.2024].

24. *Podcasty wiadomości*, <https://player.radiozet.pl/Podcasty>, [25.09.2020].

Analiza mediolingwistyczna radiowych serwisów informacyjnych

Streszczenie

Niniejsza rozprawa stanowi próbę opisanego sposobu funkcjonowania radiowych serwisów informacyjnych we współczesnych mediach. Radiowe serwisy informacyjne to tradycyjny element programu dobowego każdej radiostacji, które wciąż odgrywają dużą rolę w świecie mediów pomimo następującej cyfryzacji mediów i przewagi nowych mediów.

Podstawowym założeniem pracy jest stwierdzenie, iż typ nadawcy medialnego wpływa na sposób funkcjonowania radiowych serwisów informacyjnych, dlatego też materiałem badawczym stanowią programy informacyjne rozgłoszone reprezentujących różne typy nadawców istniejących w polskiej przestrzeni medialnej, czyli nadawcę publicznego, komercyjnego oraz społecznego. Z trzech grup nadawczych wybrano po dwie najbardziej popularne radiostacje i ich programy informacyjne, czyli *Aktualności* Programu Pierwszego Polskiego Radia, *Serwis* Programu Trzeciego Polskiego Radia, *Fakty* Radia RMF FM, *Wiadomości* Radia ZET, *Serwis informacyjny* Radia Maryja oraz *Wiadomości* Radia Niepokalanów.

Praca zakłada spojrzenie na radiowe serwisy informacyjne z dwóch nierozłącznych perspektyw. Po pierwsze, serwisy informacyjne traktowane są jako część komunikacji radiowej. Po drugie, przyjmując, że one tekstem o określonej strukturze, tematyce i stylistyce uwarunkowanych jego praktycznym zastosowaniem w komunikacji medialnej. Przyjęta mediolingwistyczna perspektywa badawcza pozwoliła wyodrębnić następujące etapy pracy badawczej.

Po pierwsze, przeanalizowano radiowe programy informacyjne z punktu widzenia relacji nadawczo-odbiorczych. Dla komunikacji radiowych serwisów informacyjnych, z pozoru tak prostej, wskazano liczne układy nadawczo-odbiorcze, co zapewne wynika z instytucjonalnego charakteru wybranych podmiotów nadawczych. Na złożoność układów komunikacyjnych badanych programów wpływ ma również ich wielowarstwowa struktura, w której skład wchodzi także wypowiedzi różnych prowadzących, reporterów czy rozmówców. Do układów nadawczo-odbiorczych należących do radiowych serwisów informacyjnych zaliczyć zatem można następujące relacje: prowadzący-radiosłuchacz, prowadzący-prowadzący, prowadzący-dziennikarz, dziennikarz-rozmówca. Są to układy dostępne dla radiosłuchacza. Dla trzech ostatnich radiosłuchacz jest dodatkowym odbiorcą. Nie wszystkie układy komunikacyjne mają odzwierciedlenie w wykładnikach językowych serwisów. Większa liczba różnych układów nadawczo-odbiorczych charakteryzuje programy nadawców prywatnych niż publicznych czy społecznych. Wynika to z bardziej złożonej struktury programów komercyjnych.

Po drugie, omówiono również typy przytoczeń stosowanych w wybranych programach, ponieważ stanowią one częsty element serwisów. Przytoczenia w radiowych serwisach informacyjnych występują zarówno w wypowiedziach dziennikarzy relacjonujących wiadomości, jak i w relacjach reporterów czy korespondencjach. Do najczęściej stosowanych rodzajów przytoczeń należą: mowa niezależna, mowa zależna oraz mowa znarratywizowana. Duże znaczenie dla twórców

tekstów radiowych serwisów informacyjnych mają czasowniki przytoczenia, ponieważ komunikacja radiowa dysponuje tylko językowym i parajęzykowym kodem, dlatego też za ich pomocą nadawca może przedstawić słuchaczowi to, co nie jest dla niego widoczne. Przytoczenia są bardziej powszechne w radiu publicznym i katolickim, gdzie rzadziej występują relacje reporterskie i autentyczne wypowiedzi rozmówców. W radiu komercyjnym dominują zwłaszcza w relacjach reporterskich, ponieważ pomagają w skutecznym przedstawianiu sytuacji omawianej w newsie.

Po trzecie, dokonano analizy strukturalno-pragmatycznej ramy tekstu, która jest kluczową częścią programu dla nawiązania relacji z odbiorcą. Zgodnie z koncepcją gatunku Marii Wojtak wyróżniono kanoniczny i alternacyjny kształt ramy serwisów informacyjnych oraz wskazano na najbardziej reprezentatywne środki językowe dla jej poszczególnych elementów. Powtarzającym się elementem w ramie jest dżingiel, dlatego poświęcono mu osobny fragment pracy. Dżingiel, muzyczny czy słowno-muzyczny, oprócz funkcji identyfikacyjnej i fatycznej odgrywa również kluczową rolę w autopromocji stacji. Dotyczy to przede wszystkim rozgłośni komercyjnych.

Po czwarte, ze względu na powszechną w przestrzeni medialnej tendencję dotyczącą rozmycia się granic pomiędzy gatunkami medialnymi wykazano, że radiowe serwisy informacyjne są gatunkiem w formie kolekcji. Uproszczona budowa tego gatunku zakłada obecność następujących elementów: wprowadzenie, skrót wiadomości, newsy (informacja radiowa), zakończenie. W skład skrótu wiadomości oraz newsów wchodzi różne gatunki medialne: zapowiedź, wzmiankę, notatkę prasową, wiadomość prasową, korespondencję, relację reporterską, komentarz oraz wywiad. Najbardziej zróżnicowana struktura widoczna jest w serwisach informacyjnych prywatnych stacji, w których dominuje informacja komercyjna. Programy informacyjne stacji publicznych czy społecznych posiadają bardziej spetryfikowaną strukturę, jednakże stopniowo ulegają trendom wyznaczanym przez media komercyjne, co jest spowodowane dużą konkurencją na rynku medialnym.

Mediolingwistyczna analiza radiowych serwisów informacyjnych potwierdziła wpływ nadawcy instytucjonalnego na realizację tychże programów. Rodzaj finansowania stacji oddziałuje przede wszystkim na funkcję programu informacyjnego – na przykład dla nadawcy komercyjnego funkcja informacyjna bywa dominowana przez funkcja rozrywkową i autopromocyjną. Ponadto, materiał badawczy pochodzący z okresy pandemii koronawirusa SARS-CoV-2 uwidoczniał, że wszystkie analizowane serwisy informacyjne pełniły również funkcję mobilizacyjną. Co więcej, duży wpływ na kształt informacji radiowej ma grupa odbiorcza – typowy odbiorca stacji publicznych przyzwyczajony jest do powszechnie stosowanej formuły programu, pozbawionej rozpraszających elementów; odbiorca stacji komercyjnych oczekuje dużego nasilenia elementów rozrywkowych, a odbiorca społeczny zgodności ze swoim światopoglądem uwarunkowanym wyznawaną religią.

Mediolinguistic analysis of radio news programs

Summary

This dissertation attempts to describe how radio news services function in modern media. Radio news programs are a traditional part of the daily program of any radio station, which still play a major role in the media world despite the following digitalisation of the media and the prevalence of new media.

The basic assumption of the study is that the type of media broadcaster influences the way radio news services function, so the research material consists of news programs of radio stations representing different types of broadcasters existing in the Polish media space, i.e. public, commercial and community broadcasters. The two most popular radio stations and their news programs were selected from each of the three broadcasting groups, i.e. Polish Radio First Program "Aktualności", Polish Radio Third Program "Serwis", RMF FM Radio "Fakty", Radio ZET "Wiadomości", Radio Maryja "Serwis informacyjny" and Radio Niepokalanów "Wiadomości".

The work involves looking at radio news services from two inseparable perspectives. First, I take news services as part of radio communication. Second, I accept, they are a text with a specific structure, subject matter and style conditioned by its practical application in media communication. The adopted mediolinguistic research perspective made it possible to distinguish the following stages of the research work.

Firstly, radio news programs were analyzed from the point of view of broadcasting-receiving relationships. For the communication of radio news services, seemingly so simple, numerous broadcast-receiver arrangements were indicated, which is probably due to the institutional nature of the selected broadcasting entities. The complexity of the communication layouts of the studied programs is also influenced by their multi-layered structure, which also includes the statements of various presenters, reporters or callers. Thus, the broadcasting layouts belonging to the radio news services include the following relationships: presenter-radio listener, presenter-leader, presenter-journalist, journalist-talker. These are the arrangements available to the radio listener. For the last three, the radio listener is an additional audience. Not all communication layouts are reflected in the linguistic exponents of the services. A greater number of different transmitter-receiver layouts characterizes the programs of private broadcasters than those of public or community broadcasters. This is due to the more complex structure of commercial programs.

Secondly, the types of quotations used in the selected programs are also discussed, as they are a common element of the services. Quotations in radio news services occur both in the statements of journalists covering the news and in the reports of reporters or correspondents. The most common types of citation include independent speech, dependent speech and narrated speech. The verbs of citation are of great

importance to the writers of radio news service texts, since radio communication has only a linguistic and para-linguistic code, so with their help the broadcaster can present to the listener what is

not visible to him. Quotations are more common on public radio and Catholic radio, where reporters' accounts and authentic statements by callers are less common. In commercial radio, they are especially dominant in reporter coverage, as they help to effectively present the situation discussed in the news story.

Third, the structural-pragmatic analysis of the text frame, which is a key part of the program for establishing a relationship with the viewer, was made. In accordance with Maria Wojtak's concept of genre, the canonical and alternation shape of the frame of news services was distinguished, and the most representative linguistic means for its various elements were pointed out. A recurring element in the frame is the jingle, so a separate section of the work was devoted to it. The jingle, whether musical or spoken-word, in addition to its identifying and phatic function, also plays a key role in the station's self-promotion. This is especially the case for commercial radio stations.

Fourth, due to the common trend in the media space regarding the blurring of boundaries between media genres, it was shown that radio news services are a genre in the form of a collection. The simplified structure of this genre assumes the presence of the following elements: introduction, news digest, newsy (radio information), conclusion. The news digest and news includes various media genres: announcement, mention, press release, press news, correspondence, reporter's report, commentary and interview. The most diverse structure can be seen in the news services of private stations, which are dominated by commercial information. The news programs of the public or community stations have a more metrified structure, however, they are gradually succumbing to the trends set by the commercial media, due to the high competition in the media market.

A mediolinguistic analysis of radio news programs confirmed the influence of the institutional broadcaster on the delivery of these programs. The type of funding of the station primarily affects the function of the news program - for example, for a commercial broadcaster, the news function is sometimes dominated by the entertainment and self-promotional function. In addition, the research material from the period of the SARS-CoV-2 coronavirus pandemic highlighted that all the news outlets analyzed also had a mobilization function. Moreover, the shape of radio information is strongly influenced by the audience group - a typical viewer of public stations is accustomed to a commonly used program formula devoid of distracting elements; a viewer of commercial stations expects a high intensity of entertainment elements, and a social viewer expects conformity with his worldview conditioned by his religion.