

JĘZYK WYWIADÓW PRASOWYCH, RADIOWYCH I TELEWIZYJNYCH JAKO PRZYKŁAD UPOTOCZNIENIA DYSKURSU DZIENNIKARSKIEGO

Natalia Kmieć

(Uniwersytet Warmińsko-Mazurski w Olsztynie,
Instytut Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej, natalia_kmiec@wp.pl)

1. Wstęp

Daleko idące zmiany w oficjalnych sytuacjach komunikacyjnych (w szczególności w komunikacji publicznej), które na przestrzeni ostatnich lat zachodzą zarówno pod względem formy, jak i pod względem zawartości informacyjnej tekstów, można zaobserwować i przedstawić na przykładzie dyskursów medialnych. Obszerna literatura przedmiotu na temat języka wypowiedzi dziennikarskiej zawiera wiele informacji, która bezpośrednio wskazuje na przeobrażenia tej odmiany języka w odniesieniu do różnych gatunków i sposobów prezentacji wypowiedzi (por.: Wojtak 2007; Podracki 2012). Niniejszy artykuł stanowi próbę interpretacji spostrzeżeń, a mianowicie porównania materiałów prasowych, radiowych i telewizyjnych, reprezentujących jeden gatunek dziennikarstwa, jakim jest wywiad. Artykuł ponadto ma ukazać zasadnicze podobieństwa i różnice wynikające ze sposobu organizacji i prezentacji tekstu przez różne media w warunkach presji stylu potocznego, a w szczególności form językowych, które wskazują na familiarność.

Z uwagi na wielość definicji, które odnoszą się do stylu potocznego (odmiany potocznej języka narodowego) oraz nadal skomplikowany status potoczności jako kategorii semantycznej i stylistycznej (Markowski 1992), na potrzeby artykułu przyjmuję definicję D. Buttler (1977: 91):

[Styl potoczny obejmuje] „sferę kontaktów codziennych, ale stosunkowo mniej związanych z określonymi potrzebami bytowymi [...]; dostarcza on mianowicie środków ekspresji, słownictwa o małej frekwencji, ale bardzo wyrazistego i obfitego. Bywa ono używane w sytuacjach nieformalnych (np. w rozmowach z członkami rodziny, z przyjaciółmi), gdy mówiący chce zasygnalizować swój familiarny stosunek do adresata wypowiedzi, podtrzymać swobodny, nie skrepowany nastrój”.

Ta definicje (podobnie jak inne) wskazuje na takie cechy stylu potocznego, jak konkretność,¹ obrazowość, ekspresywność, nieoficjalność i familiarność,²

¹ Konkretność realizowana m. in. na poziomie leksyki (por. Pisarek 2001: 236).

² Por.: „Jedną z metod zmniejszania dystansu, chyba najbardziej spektakularną, jest nadzwyczaj chętnie i łatwe rozpoczynanie znajomości od razu od „tykania się”, i to

prostota składni, większa tolerancja na błędy językowe i in. Przedstawiona poniżej analiza tekstów z obszaru dyskursu medialnego będzie swoistego rodzaju potwierdzeniem ich powszechnego funkcjonowania w stylu dziennikarskim.

2. Zmiany w języku a wywiad

Każdy gatunek wypowiedzi dziennikarskiej posiada przypisane mu właściwości, które stają się jego wyznacznikami. Rozróżnienie gatunków tekstów w zakresie komunikacji masowej, określanych łącznie mianem stylu dziennikarskiego, odbywa się bowiem na płaszczyźnie nie tylko treści, ale także stosowanego języka. Już za pomocą określonych jednostek językowych (leksemów i in.), a właściwie ich doboru, autorzy tekstów mają możliwość określić przynależność tworzonego przez nich tekstu do odpowiedniego gatunku. Rozważmy fragmenty tekstów prasowych:

Odkąd skończyłem 21 lat, zmieniło się w moim życiu wszystko i w sumie nadal się zmienia, z wyjątkiem jednego. Cholernego cyklu tycia i chudnięcia (Meller, M., Góra-dół, góra-dół. *Newsweek* № 28, 2012).

Stopa bezrobocia w marcu wynosiła 13,3 proc. i była o 0,2 pkt proc. niższa niż w lutym. (Krzemień, E., Co się dzieje. *Gazeta Wyborcza*, 26 kwietnia 2012).

We wskazanych fragmentach czytelnik może wskazać elementy, dzięki którym można umieścić wypowiedź w ramach konkretnego gatunku tekstu. W pierwszym fragmencie kolokwializm *cholerny* niejako automatycznie przypisuje tekst do grupy wypowiedzi o charakterze publicystycznym, z kolei szczegółowe dane liczbowe, obecne w drugim fragmencie, mogą być oznaką przynależności do grupy tekstów informacyjnych stylu dziennikarskiego. Mimo tak powierzchownej i ogólnej analizy należy uznać zasadność doszukiwania się korelacji pomiędzy typem tekstu a jego językiem.

Język, rozumiany dość szeroko – jako system znaków, jest zatem w przestrzeni komunikacji językowej w mediach uznawany przede wszystkim za narzędzie służące do przekazywania informacji, a także za element umożliwiający tworzenie, kreowanie komunikatów w sposób charakterystyczny dla danego medium, gatunku i in., a mianowicie w szczególności wyrazisty, perswazyjny.

Jednym z gatunków tekstów stylu dziennikarskiego jest wywiad. To forma organizacji wypowiedzi, która praktykowana jest od wielu lat przez media o zróżnicowanym charakterze, profilu etc., co oznacza, że jest to gatunek uniwersalny.

[Wywiad] „to podstawowa metoda zdobywania informacji od osobowych jej źródeł przez dziennikarza (również przez etnologów, historyków, śledczych, lekarzy

niezależnie od wieku rozmówców i często także bez zwracania uwagi na oficjalność sytuacji” (Dąbrowska 2001: 187).

itd.) polegająca na zadawaniu pytań i uzyskiwaniu na nie odpowiedzi. [...] Zarejestrowany w formie pisanej, audiowizualnej oraz przygotowywany przez odpowiednie redagowanie, do publikacji w całości szereg pytań i odpowiedzi staje się odrębnym gatunkiem dziennikarskim” (Pisarek 2006: 236–237).

Specyfika wywiadu, z perspektywy zarówno twórcy, jak i odbiorcy komunikatu, polega przede wszystkim na takich cechach, jak: nastawienie na rozmówcę, założenie uzyskania/nawiązania interakcji poprzez wykorzystanie formuły dialogu jako sposobu komunikowania, wymiana poglądów, spostrzeżeń pomiędzy rozmówcami, uzyskanie informacji istotnej z punktu widzenia odbiorców wywiadu (w istocie chodzi tu o odbiorcę masowego), możliwość przekazania komunikatu werbalnego wzbogaconego o instrumenty komunikacji niewerbalnej (zwłaszcza w przypadku wywiadów audiowizualnych). Ze względu na wspomnianą już uniwersalność gatunku, jakim jest wywiad, należy wskazać na zróżnicowanie tej formy wypowiedzi z uwagi na medium, w którym funkcjonuje.

Odrębność i zróżnicowanie wywiadów w prasie, radiu i telewizji nie stanowi głównego zagadnienia tego artykułu, jednak z uwagi na późniejszą analizę tekstów dziennikarskich należy wskazać na najistotniejsze charakterystyki różnych realizacji wywiadu.

Wywiad prasowy reprezentuje medium posługujące się pismem, wzbogaconym jedynie o elementy wizualizacji tekstu (np. zdjęcia). Jest to zatem gatunek, którego efektem jest zapis rozmowy dziennikarza i jego rozmówcy, przeniesiony w finalnym etapie na papier. Nie można jednak powiedzieć, że jest to dosłowny zapis dialogu. Istnieją w komunikacji językowej tzw. elementy pozajęzykowe, które nie mogą być uwidocznione w formie tekstu pisanego, co składa się na specyfikę tego właśnie gatunku. Dodatkowo z uwagi na rozpowszechnianie tekstu w formie pisanej, gatunki prasowe (nie tylko wywiad) podlegają wymogom formalnym (m. in. autoryzacji przez rozmówcę) oraz poprawnościowym, co ogranicza znacznie dowolność oraz swobodę autora tekstu, a wręcz obligują go do ich przestrzegania. Stąd też istnieje powszechne przekonanie o staranności, precyzji i dokładności w konstruowaniu, przygotowaniu komunikatu prasowego, które *notabene* opiera się na wieloletniej tradycji prasy i randze tego właśnie medium.

To, co wyróżnia wywiad radiowy, to z pewnością jego dynamika. Radio, które posługuje się nie tylko słowem mówionym, ale także falami akustycznymi, dźwiękiem muzycznym oraz ciszą, nie toleruje oczekiwania, przerw w komunikacji. W związku z tym, dla wyeliminowania próżni dźwiękowej, oczekuje się, że wywiad będzie co do zasady przybierał postać: szybkie pytanie – szybka odpowiedź. Co więcej, zgodnie z zasadą *W radiu głos mówi tyle samo co słowa* (zob.: Grobler 2006: 49), zawartość przekazu powinna zostać wzbogacona o element komunikacji niewerbalnej, której nie da się zaprezentować wyłącznie za pomocą głosu i jego właściwości (Bardijewska 2001: 136). Język wywiadów ra-

diowych przybiera formę naturalnej rozmowy, spontanicznego dialogu, jednak należy pamiętać, że z wyjątkiem wywiadów na żywo, taka forma prezentowania tekstu podlega montażowi, obróbce technicznej, która redukuje niedoskonałości wypowiedzi rozmówców lub niekiedy pozwala usuwać mniej istotne fragmenty wypowiedzi. Mimo pozornego uczestnictwa w danym momencie w rozmowie przez odbiorcę, nie należy przyjmować za oczywiste pełnej autentyczności i rzeczowego odzwierciedlenia konkretnego dialogu w skali 1 : 1.

Wywiad telewizyjny, ale także inne gatunki telewizyjne korzystają z największej ilości przymiotów przekazu informacji. Oprócz słowa, w postaci mówionej i pisanej, dysponuje się w tym medium także obrazem i dźwiękiem w ich różnych formach. Język wywiadów telewizyjnych może zatem być wzbogacony o elementy komunikacji niewerbalnej, które zostaną bezpośrednio odebrane i odkodowane przez naocznych świadków tego typu komunikatów, czyli widzów. Nie umniejszając roli wywiadam odtwarzanym, niezwykle osobliwym przypadkiem jest forma wywiadu prowadzonego na żywo, gdzie dialog pomiędzy rozmówcami przyjmuje formę najbardziej naturalną, odpowiadającą codziennej komunikacji językowej. Można zatem spostrzec, że analiza wywiadu telewizyjnego może odbywać się niejako na dwóch płaszczyznach – werbalnej, *stricte* informacyjnej (która będzie dotyczyła treści komunikatu) oraz niewerbalnej (w znacznej mierze polegającej na obserwacji elementów pozajęzykowych).

Podsumowując, warto zauważyć, iż sztuka prowadzenia wywiadu, a także jego zawartość informacyjna z uwagi nie tylko na zasób treści, ale także język (pisany, mówiony) oraz elementy komunikacji niewerbalnej stanowi osobliwe, szczególne źródło wiedzy na temat tego wybranego gatunku tekstu w przestrzeni komunikacji językowej w ogóle.

3. Charakterystyka języka wywiadów (wyniki badań własnych)

Teksty dziennikarskie docierają do odbiorcy masowego. Pojęcie *odbiorca masowy* sprowadza się, najogólniej ujmując, do odbiorcy zróżnicowanego ze względu na wiele czynników społecznych i psychologicznych – z tego względu komunikaty masowe muszą być tak skonstruowane, aby mogły być odczytane zarówno przez osoby wykształcone, jak i niewykształcone, zarówno przez osoby o wysokim, jak i osoby o niskim poziomie inteligencji, zarówno przez tzw. wymagających odbiorców, jak i tych niewymagających etc. Zjawisko dopasowania się mediów, a właściwie dopasowania zawartości informacyjnej do odbiorców, dotyczy w znacznym stopniu sfery komunikacji językowej. Oznacza to, że język wypowiedzi dziennikarskiej nie może, a raczej nie powinien być utożsamiany z wybraną grupą społeczną (oczywiście normom takim nie będą podlegały teksty

dziennikarstwa specjalistycznego), a swoimi właściwościami powinien zachęcać do percepcji jak najszerze grono odbiorców.³

Potrzeba umożliwienia dostępu do swoich tekstów jak największej liczbie odbiorców przyniosła za sobą konkretne zmiany w przestrzeni komunikacji językowej. Wśród wielu przeobrażeń języka, z jakimi mamy do czynienia na tym polu badawczym, wskazać można jako główne: interakcyjność, familiarność, dyferencjację, kolokwializację oraz upotocznienie dyskursu dziennikarskiego.

O ile interakcyjność czyli ekspansja dialogowości tekstu, nastawienie na interakcję w komunikacji masowej, oraz familiarność przejawiająca się poprzez skracanie dystansu pomiędzy instytucjonalnym nadawcą a indywidualnym odbiorcą – są wynikiem zmian w szerszej perspektywie funkcjonowania mediów, o tyle pozostałe zjawiska dotyczą przeobrażeń *stricte* językowych.

Przykłady takich zmian w języku można zaobserwować, analizując teksty dziennikarskie o charakterze właśnie interakcyjnym, który poniekąd wzmacnia, nasila obecność cech różnych stylów funkcjonalnych, w swej istocie nie korespondujących bezpośrednio z komunikatami o charakterze publicznym, masowym.

Analiza nawet niewielkiej ilości materiału tekstowego pozwala wy prowadzić dość klarowne wnioski na temat stanu przeobrażeń aktualnego języka wypowiedzi dziennikarskiej, bowiem zawiera mocne dowody na istnienie takich właśnie zmian w komunikacji językowej na poziomie masowym. Na potrzeby artykułu przeanalizowane zostały teksty, reprezentujące interakcyjny gatunek dziennikarstwa, jakim jest wywiad. Wyselekcjonowane teksty zostały wybrane w taki sposób, aby były zbliżone względem siebie tematyką, objętością, a także aby reprezentowały media ogólnopolskie, przedstawiające zróżnicowane organizacje medialne i pracujących w nich dziennikarzy. Sprawdzeniu poddane zostały wypowiedzi dziennikarzy oraz ich rozmówców, które ukazały się w prasie, radiu i telewizji. Dzięki przeanalizowaniu transkrypcji poszczególnych wywiadów powstało zestawienie ilościowe, które ukazuje stopień nasilenia w poszczególnych komunikatach masowych elementów o charakterze potocznym oraz kolokwialnym. Wyniki przeprowadzonych badań przedstawia poniższa tabela.

³ Jest to poniekąd przyczyna do tworzenia tekstów według określonych schematów. Współczesna stylistyka tekstologiczna określiła nawet kanon językowo-stylistycznych elementów, które mają ułatwić percepcję odbiorcy tekstu oraz zwiększyć jego potencjalną grupę odbiorców. Por. siedem kanonów stylu komunikatywnego – jasność, prostota, zwięzłość, dynamiczność, konkretność, konstrukcyjność i stosowność (Wolański 2008).

Źródło: materiały własne

Typ wywiadu	Symbol wywiadu	Potoczny			Kolokwializmy/ wulgaryzmy	Fami- liarność	Inne środki językowe
		Leksy- kalne	Skład- niowe	Fone- tyczne			
Wywiad prasowy	1 ⁴	22	9	0	5	8	11
	2 ⁵	24	3	0	0	5	6
Wywiad radiowy	3 ⁶	12	15	7	2	3	6
	4 ⁷	26	12	7	2	7	8
Wywiad telewizyjny	5 ⁸	26	26	12	1	6	9
	6 ⁹	19	16	3	1	3	6

Choć metoda ilościowa nie jest idealnym sposobem ukazania problemów z zakresu językoznawstwa, to powyższe zestawienie jest o tyle ważne, że pokazuje skalę i rozmiar badanego zjawiska w postaci liczbowej. Dzięki tabelarycznemu układowi możemy porównać stopień udziału elementów językowych o charakterze potocznym czy kolokwialnym w różnych formach przekazu (rozdzielonych na podstawie kryterium, jakim jest środek komunikowania masowego).

Dogłębna analiza zebranego materiału badawczego pozwoliła wysunąć następujące wnioski. Wśród licznych zmian zaobserwowanych w dzisiejszym języku przekazów medialnych dominuje stosowanie elementów stylu potocznego. Na potrzeby badań własnych wyszczególniono trzy grupy potocznych – elementów odmiany potocznej języka, które kolejno odnoszą się do sfery słownictwa (potoczny leksykalny), sfery budowy wypowiedzi (potoczny składniowy) oraz, w odniesieniu do treści wywiadów audiowizualnych, sfery samej artykulacji wypowiedzi (potoczny fonetyczny).

Mając na uwadze dotychczasowe wyniki badań językoznawców w zakresie oddziaływania odmiany potocznej na ogólną polszczyznę, należy stwierdzić, iż jest to problem dość obszernie opisywany w literaturze (m. in. w pracach J. Anusiewicza i F. Nieckuli (1992), J. Warchali (1991, 2003), W. Lubasia (2003) i in.), jednak przede wszystkim są to opracowania na temat korelacji pomiędzy oficjalną polszczyzną a stylem potocznym w perspektywie szerokiej, dość ogólnej. Jest to jednak na tyle wartościowy materiał, że stanowi wstęp do rozważań na temat bardziej szczegółowego związku pomiędzy oficjalnym dyskursem wystą-

⁴ Najsztub, P. – Stasiuk, A., Niech się święci czarny baran! *Wprost* № 17, 26.04.2011.

⁵ Stankiewicz, A. – Śmiłowicz, P. – Kaczyński, J., Chcę być premierem. *Newsweek* № 40, 3.10.2010.

⁶ Piasecki, K. – Schetyńska, G., Kontrwywiad. *RMF FM*, 17.12.2010.

⁷ Burzyńska, A. – Kurski, J., Przesłuchanie. *RMF FM*, 13.11.2010.

⁸ Lis, T. – Palikot, J., Tomasz Lis na żywo. *TVP2*, 13.12.2010.

⁹ Lichocka, J. – Pawlak, W., Z refleksją. *TVPI*, 11.05.2010.

pień publicznych w mediach a stylem potocznym w postaci trzech grup jego składników.

Grupa potocyzmów leksykalnych jest stosunkowo podobnie reprezentowana w różnych typach wywiadów. Jednak o ile w przypadku wywiadów prasowych występuje ona w postaci elementu dominującego, o tyle w wywiadach audiowizualnych zależność między tym elementem a pozostałymi zmiennymi nie jest aż tak widoczna. Leksyka potoczna zrealizowana została w wybranych materiałach poprzez użycie takich jednostek językowych, które stoją w opozycji do tzw. oficjalnej odmiany języka, por. *taki psikus; dostał po głowie; to takie wyglupy; byłem w potwornym szoku; taki prostaczek z niego; na serio; słabo to wygląda; a diabli wiedzą* i in. Zastosowanie w języku przekazów publicznych jednostek o negatywnym zabarwieniu emocjonalnym najprawdopodobniej służyć ma wprowadzeniu swobody i naturalności. Upotocznienie leksyki realizuje się także za pomocą wzrostu liczby stosowanych zaimków wskazujących, odsyłających do bezpośrednio obserwowanej sytuacji komunikacyjnej. W pewnym stopniu zubożają one cały przekaz, który okazuje się niejako niedostępny dla odbiorców „na zewnątrz” tej sytuacji komunikacyjnej.

Badanie pokazało także nadmierne stosowanie przez rozmówców partykuł, np. takich jak *tak, no, nie, oby*.

Ponadto zwraca na siebie uwagę używanie regionalizmów, jak również form pochodzących z żargonów, gwar etc., które wprost wskazują na zabarwienie potoczne dyskursu publicznego – pewną niedbałość językową wypowiedzi. Są też obecne błędy językowe, które wynikają z braku precyzji wypowiedzi, niewystarczającej staranności mówiącego.

Jako odrębne zagadnienie można traktować operowanie w przestrzeni komunikacji publicznej jednostkami leksykalnymi, jakimi są kolokwializmy oraz wulgaryzmy, które także potwierdzają tezę o upotocznieniu tej sfery komunikacji językowej. Kolokwializmy i wulgaryzmy pojawiają się sporadycznie w przywołanym materiale badawczym i stanowią niski odsetek, jednak mimo to ich użycie jest zauważalne oraz, o czym świadczy ich specyfika, dosadne – chodzi o wyrazy typu *cholerny, dymać, rozpieprzyły, rozdupczyły* i in. Te jednostki językowe w wywiadach, szczególnie prasowych, pełnią określoną rolę – wzmacniają przekaz. Jest to związane z brakiem możliwości przekazania negatywnych emocji za pomocą kodu niewerbalnego, dlatego też jednostki leksykalne w postaci kolokwializmów stają się sposobem ich wyrazu.

Wśród grupy potocyzmów składniowych, która pod względem ilościowym jest drugim wyznacznikiem zmian, jakie zachodzą w dzisiejszych dyskursach medialnych, można zauważyć widoczne zróżnicowanie pomiędzy wywiadami prasowymi a audiowizualnymi. Przeobrażenia w zakresie składni w znacznej mierze dotyczą wypowiedzi ustnych z uwagi na specyfikę tego rodzaju komunikacji językowej, która charakteryzuje się pewnego rodzaju dowolnością,

brakiem dbałości w konstruowaniu tekstu. Sytuacja wygląda inaczej w przypadku tekstów prasowych. Co jednak istotne – nawet teksty drukowane zawierają odstępstwa od poprawnej składni wypowiedzi, choć są to marginalne przypadki, głównie realizujące się w formie niedokończonej konstrukcji zdaniowej, bądź niepoprawnego szyku zdania. Inaczej sytuacja przedstawia się w wywiadach radiowych i telewizyjnych, gdzie ustny charakter komunikacji językowej niejako wznaga występowanie potoczymów składniowych, które z reguły są wynikiem błędów o takim właśnie charakterze. Najczęściej zauważalne stają się wypowiedzi o zaburzonem szyku zdania (por. *To był błąd prezydenta to zaproszenie; Możliwość wyboru tego na serio; Tylko trzeba wybrać taką jedną firmę sondażową, może w przetargu, żeby ona się zdecydowała*), a także będące wynikiem tzw. potoku składniowego mówcy. Częstym zabiegiem językowym jest pozostawienie rozpoczętej wypowiedzi niedokończoną (por. *I takie tam...; Ja pamiętam, więc...; No wie Pani...*), co zaburza ogólną percepcję tekstu.

Grupa potoczymów fonetycznych nie wymaga szczegółowego omówienia, gdyż jej występowanie wydaje się być naturalne dla przekazów o charakterze mówionym. Oczywisty jest brak tego rodzaju zabiegów językowych w wywiadach prasowych. Wywiady audiowizualne, szczególnie w postaci rozmów prowadzonych na żywo, obfitują w błędy fonetyczne, które to odzwierciedlają naturalne zachowania językowe rozmówców, którzy spontanicznie tworzą swoje komunikaty, stąd też obecność takich jednostek fonetycznych, jak *yyy, yhy, hmm* i in.

Liczną grupę jednostek językowych stanowią także inne środki stylistyczne, które wzbogacają wypowiedzi zaprezentowanych i poddanych analizie komunikatów językowych. To elementy językowe, z których często korzystają uczestnicy – rozmówcy wywiadów prasowych. Dzięki środkom stylizacji tekstu są w stanie uwypuklić swoje wypowiedzi, zobrazować, zastąpić brak możliwości korzystania z elementów komunikacji niewerbalnej w tak prezentowanym gatunku tekstu. Dlatego też w zebranych materiale badawczym wykazać można obecność m.in. związków frazeologicznych – często w błędnej formie, odbiegającej od prawidłowego użycia (np. *komuś gębę, to jest jak na dłoni* i in.); zdrobnień (np. *prostaczek, troszkę*); neologizmów (np. *arcyskandal*); wyrażeń hiperbolicznych (np. *z wielką przyjemnością*), wykrzyknień (np. *Brawo!*) oraz uogólnień, metafor, powtórzeń i in.

Przeobrażenia dyskursu dziennikarskiego ściśle powiązane są z relacjami pomiędzy rozmówcami, czyli dziennikarzem i jego gościem. Co do zasady, stosunki pomiędzy rozmówcami w komunikacji typowo publicznej – jakimi są wywiady prezentowane w mediach – opierają się na zasadach oficjalnych kontaktów o statusie wysoce formalnym. Dzisiejsze wywiady, a w szczególności ich język, negują te zasady w celu uspołecznienia swoich przekazów. Służy temu zjawisko familiarności, które – w uproszczeniu – polega na skracaniu dystansu pomiędzy

nadawcą i odbiorcą mającym odmienny status w przestrzeni komunikacyjnej. W poddanym analizie materiale możemy wyróżnić także fragmenty, które potwierdzają tezę o familiaryzowaniu się kontaktów językowych dwóch podmiotów komunikacji publicznej. Por. takie zwroty do rozmówcy, jak: *Cieszysz się?* (brak zwrotu oficjalnego *Pan/Pani* w kierunku rozmówcy), *A samego Ludwika?* – chodzi o Ludwika Dorna, znanego polskiego polityka. Takie zachowania językowe, coraz częściej dostrzegalne przez badaczy komunikacji medialnej oraz lingwistów, wymagają poświęcenia większej uwagi, gdyż w widoczny sposób redukują, obniżają rangę kontaktów oficjalnych w sytuacjach językowej komunikacji dla nich przeznaczonych.

Przeprowadzona analiza pozwoliła ukazać istniejące relacje pomiędzy stanem komunikacji językowej a wybranym gatunkiem dziennikarstwa. Nieodwracalne chyba już upotocznienie dyskursu w mediach realizuje się na wielu płaszczyznach języka. Poszczególne formy stosowania odmiennych stylów polszczyzny w przekazach skierowanych do odbiorcy masowego są dowodem na postępujący proces dyferencjacji języka. Oczywiście nie należy zapominać o korzyściach, jakie wynikają z pluralizacji języka wypowiedzi dziennikarskiej (m. in. docieranie do coraz większego, wyspecjalizowanego audytorium), jednak upotocznienie oraz wzrost familiarności tekstów o charakterze publicznym niesie także zagrożenia. Postępujące przeobrażenia tego obszaru komunikacji językowej mogą być przyczyną obniżenia poziomu dyskursu publicznego i roli mediów w ogóle.

LITERATURA

- Anusiewicz, J. – Nieckula, F. (red.), *Potoczność w języku i kulturze*. Wrocław: Wydawnictwo Wiedza o Kulturze, 55–59. (= *Język a kultura*, t. 5.)
- Bardijewska, S. 2001, *Nagie słowo: Rzecz o słuchowisku*. Warszawa: Elipsa.
- Buttler, D. 1977, *Polskie słownictwo potoczne. Poradnik Językowy*, z. 2. Warszawa, 89–98.
- Dąbrowska, A. 2001, O sposobach zmniejszania dystansu między rozmówcami. W: Habrajska, G. (red.), *Język w komunikacji*, t. 1. Łódź: Wydawnictwo Wyższej Szkoły Humanistyczno-Ekonomicznej.
- Grobler, L. 2006, *Sztuka wywiadu: Lekcje mistrza*. Warszawa: Wydawnictwo Wojciech Marzec.
- Lubaś, W. 2003, *Polskie gadanie: Podstawowe cechy i funkcje potocznej odmiany polszczyzny*. Opole: Wydawnictwo Uniwersytetu Opolskiego.
- Markowski, A. 1992, *Kategoria potoczności w języku i w opisie języka*. W: Anusiewicz, J. – Nieckula, F. (red.), *Potoczność w języku i kulturze*. Wrocław: Wydawnictwo Wiedza o Kulturze, 55–59. (= *Język a kultura*, t. 5.)
- Pisarek, W. 2001, *Nowa retoryka dziennikarska*. Kraków: Universitas.
- Pisarek, W. (red.) 2006, *Słownik terminologii medialnej*. Kraków: Universitas.

- Podracki, J. 2012, Potoczne elementy językowe w polszczyźnie radia i telewizji. W: Kita, M. – Loewe, I. (red.), *Język w mediach: Antologia*. Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, 178–186.
- Warchala, J. 1991, *Dialog potoczny a tekst*. Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego.
- Warchala, J. 2003, *Kategoria potoczności w języku*. Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego.
- Wojtak, M. 2007, Potoczność w wypowiedziach prasowych a konwencje gatunkowe. W: Boniecka, B. – Grabias, S. (red.), *Potoczność a zachowania językowe Polaków*. Lublin: Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, 131–145.
- Wolański, A. 2008, Siedem kanonów stylu komunikatywnego, czyli jak pisać, by nas czytano chętnie i powszechnie. W: Wierzbicka, E. – Wolański, A. – Zdunkiewicz-Jedynak, D. (red. nauk.), *Podstawy stylistyki i retoryki*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN, 7–38.