

Maria Wojtak (Lublin)

Osobliwość genologiczna – *editorial*

✦ **Кључне речи:**
*styl, gatunek, wzorzec
 gatunkowy, komentarz
 redakcyjny, editorial.*

Stotę gatunku, który chcę pokrótce scharakteryzować, ujmuje najbardziej trafnie Zbigniew Bauer w następującej formule eksplikacyjnej: „Ważną rolę w prasie odgrywa komentarz redakcyjny (*editorial*), publikowany w eksponowanym miejscu gazety lub czasopisma; redakcja (naczelný redaktor lub wydawca) określa tu własną linię polityczną [...]. Często *editorial* jest również rodzajem autokomentarza szefa pisma (lub redaktora wydania) do treści prezentowanych w poszczególnych artykułach, zachętą do ich lektury i pewnymi sugestiami co do ich czytania” (Bauer 2000, 159–160).

W znanych i dostępnych opracowaniach, przedstawiających i charakteryzujących gatunki dziennikarskie, komentarzowi redakcyjnemu poświęcono niewielkie wzmianki

У овом раду аутор се бави обликом коментара, новинске објаве и приказа са структуралне, прагматичке и стилистичке стране. Аутор, након изведене анализе, сматра да облик конкретних изјава зависи од самог часописа (новине) и од инвенције самог писца.

(zob. Fras 1999, 54; Miarecki 2001, 54). A warto się nim bliżej zająć, gdyż stanowi osobliwość genologiczną, więc jego opis może wnieść wiele do teorii gatunku. We współczesnej prasie gatunek ów podlega dynamicznym przeobrażeniom i zyskuje komunikacyjny prestiż przede wszystkim z powodu preferowania interakcyjnego stylu komunikacji z czytelnikami.

Obserwacja praktyki redakcyjnej pozwala formułować następujące ogólne prawidłowości w kształtowaniu wspomnianego gatunku dziennikarskiego. W prasie ogólnej komentarze redakcyjne przybierają formę wypowiedzi publikowanych na pierwszej stronie obok informacji czołówkowej i stanowią realizację reguł komentarza autonomicznego w jego wersji stonowanej z

 2005

uwzględnieniem struktury argumentacyjnej lub opisowo-oceniającej (por Wojtak 2004, 169–171 i n.). Autorem takiej wypowiedzi jest redaktor naczelny, dziennikarz zatrudniony na stanowisku komentatora lub wydawca. Przedmiotem interpretacji jest zwykle ważne w danym dniu wydarzenie polityczne. Ponieważ tego rodzaju komentarze nie stanowią genologicznej osobliwości, lecz sytuują się w centrum pola gatunkowego komentarza, a ich reguły i sposoby realizacji konwencji gatunkowych zostały opisane, nie będę się nimi zajmowała w niniejszym opracowaniu (Wojtak 2004, 166–201). Przedmiotem charakterystyki czynię natomiast komentarze redakcyjne typowe dla prasy wyspecjalizowanej, a więc adresowanej do określonego kręgu odbiorców (na przykład kobiecej czy hobbystycznej).

Dlaczego stanowią one osobliwość genologiczną? Jaka jest wariantywność wzorców i realizacji? Co decyduje o dynamice przeobrażeń gatunku?

Chcąc odpowiedzieć na wymieniony zbiór pytań, odwoływać się będę do prasy sprofilowanej w różnorodny sposób. Ponieważ nie poddaję systematycznym badaniom ani określonego tytułu, ani konkretnej kategorii czasopism, dokumentację analiz ograniczam do sygnowania cytatów. Uogólnienia opieram na reprezentacyjnym korpusie tekstów, pochodzących z prasy kobiecej („Przyjaciółka”, „Twój Styl”, „Nowa Miss”), motoryzacyjnej („Auto Świat”, „Motor”, „Auto+”, „Auto Sport”), rowerowej („Magazyn Rowerowy”), wyspecjalizowanej tematycznie („National Geographic Polska”, „Komputer Świat”, „Komputer Gry”, „CD-Action”, „Komandos”, „Survival”, „Feniks”).

We wszystkich wymienionych czasopiśmiech *editorial* jest publikowany w stałym miejscu jako składnik bloku wypowiedzi anonsujących określony numer. Dlatego brak wyrazistych sygnałów gatunkowych.

W ramie tekstowej może się pojawić formuła *W numerze*, zapowiada ona jednak nie tyle komentarz redakcyjny, co całą stronę, na której zamieszczany jest spis treści (w wersji klasycznej lub zmodyfikowanej) oraz różne typy zapowiedzi (najczęściej jest to anonowanie wybranych artykułów w formie zapowiedzi nieautonomicznej spokrewnionej ze wzmianką) (charakterystyka wszelkich typów zapowiedzi prasowej: Wojtak 2004, 100–119).

Obserwować można jednak także tendencję przeciwną, a więc dość precyzyjne dookreślanie gatunku za pomocą formuł zawierających nazwę gatunkową lub jej ekwiwalent: *Komentarz* (AS) (rozwiązanie skrótów na końcu artykułu), *Od redakcji* (TS, S), *Od redaktora* (KS), *Od redaktora naczelnego* (S), *Od redaktorów* (KG, KS), *Edytorial* (NG). Stosowana jest też formuła sygnalizująca pokrewieństwo komentarza redakcyjnego z zapowiedzią: *Serdecznie polecam* (P).

Za kolejną dość powszechnie przyjmowaną praktykę uznać trzeba rezygnację z wprowadzania tytułu nadrzędnego (cyklicznego) i sygnowania tytułami jedynie konkretnych wypowiedzi, drukowanych w stałym miejscu. Za zewnętrzny wykładnik gatunku uchodzić może także (jak w przypadku felietonów, a obecnie także komentarzy autonomicznych w wybranych tytułach z prasy codziennej) zdjęcie autora wypowiedzi oraz formuła zamykająca wypowiedź, która zawiera zwykle nazwę funkcji autora i/lub jego autograf.

Wśród modeli strukturalnych znajdziemy ponadto przypadki adaptacji gatunkowych, gdyż niektórzy redaktorzy nadają swym wypowiedziom formę listu, rozpoczynając je od formuły *Drodzy Czytelnicy* (KS; KG); *Szanowni Państwo* (AS), *Witam serdecznie* (F).

Poza ramą tekstową (w dużym stopniu spetryfikowaną) na wypowiedź komentującą omawianego typu składa się kilkuakapitowy

korpus, co nie oznacza, że jest ona pozbawiona wykładników dialogowości.

Komentarz redakcyjny w prasie wyspecjalizowanej, będący stałym składnikiem określonych tytułów, funkcjonuje w dwu następujących wariantach (odmianach), ukształtowanych uzualnie, czyli w praktyce redakcyjnej:

- w formie komentarza nawiązującego do konwencji komentarzy autonomicznych, a więc bez składników zapowiadających cały numer lub jego wybrane składniki;
- jako kontaminacja komentarza i zapowiedzi: z przewagą składnika komentującego łączonego z anonsowaniem całego numeru lub w formie „zlepieńca”, czyli wypowiedzi, w której segmenty komentujące przeplatają się z anonsującymi;
- w formie tekstu nawiązującego do poetyki recenzji publicystycznej.

Oba wymienione typy komentarzy mogą być zredagowane w rozmaity sposób w zależności od różnych czynników. Do uwarunkowań trwałych należy profil pisma, wśród zmiennych wymienić natomiast trzeba: a) rodzaj nadawcy – redaktor czy redakcja, b) konkretnego nadawcę (ze względu na jego umiejętności i preferencje oraz z powodu tego czy rozpoczyna kontakt z czytelnikami, kontynuuje interakcję, czy też ją kończy).

Ostatnie z wymienionych uwarunkowań objawia się w komunikacji rzadko, dlatego zacznę od pokazania edytoriali, które są wynikiem zmiany redakcyjnej warty. Wypowiedzi pochodzą z pisma „National Geographic”. Redaktor William I. Allen rozpoczął swą wypowiedź pożegnalną od formuły komunikującej ów fakt i zawierającej pewien pomysł (koncept – można powiedzieć), pozwalający ją połączyć z tematyką numeru pisma. Polecając artykuł poświęcony funkcjonowaniu ludzkiego mózgu, redaktor Allen pisze:

Miałem świetny pomysł na tę stronę – ostatnią, którą piszę jako redaktor naczelny

– ale zapomniałem, co to było. To zdarza się nam wszystkim [...]. Przyczyna tego stanu to jedna z wielkich zagadek umysłu, którą próbujemy zgłębić na łamach tego numeru. To niełatwe zadanie: Jak wyobrazić sobie umysł? Jak go opisać? Wejść do jego wnętrza? Namalować go? Z radością donoszę, że autor tekstu James Shreeve i fotograf Cary Wolinsky zaproponowali nam podróż badawczą – przez umysł – równie dziwną i cudowną, jak wielkie wyprawy odkrywcze XVI wieku. [NG 2005/3]

Dalsza część wypowiedzi utrzymana jest w konwencji zwierzeń, a całość zamyka pośrednie pożegnanie. Oto fragmenty:

Miałem zaszczyt pracować ze znakomitą zespołem oraz współpracownikami, którzy oświecali nas wszystkich. Było mi dane przeżywać dreszcz związany z odkryciem Titanica [...]. Jeździłem z beduińską policją i byłem świadkiem narodzin wulkanu. Moje serce skrywa te doznania jak najcenniejsze skarby. Po raz ostatni dziękuję Wam, drodzy członkowie, za wspieranie towarzystwa i za to, że dajecie nam szansę zwiedzać świat [sic!] wraz z Wami. Podróż magazynu trwa nadal. [NG 2005/3]

Analogiczny pomysł zastosował nowy redaktor, który, witając się z czytelnikami magazynu, nawiązał do niebezpieczeństw, jakie kryją w sobie inicjacje. Wspomnienia kilku własnych inicjacji stały się pretekstem do przedstawiania objętej właśnie funkcji w kategoriach niezwykle ekscytującej inicjacji, pochwalenia pisma i jego wielkiej wartości oraz przedstawienia wybranych publikacji jako materiałów szczególnie wartościowych. Aby zrealizować swój komunikacyjny zamiar, Chris Johnson gromadzi w wypowiedzi słowa z kręgu początku i wtajemniczenia: *pierwszy raz, ekscytujący pierwszy raz, przerażająca inicjacja, nowe szanse i wyzwania, pierwszy list do Was, drodzy Czytelnicy, ekscytujące nowości, początki.*

Cały komunikat zarówno w sensie kompozycyjnym, jak i semantycznym, oraz pragmatycznym oparty jest na analogii, co pozwala osiągnąć sugestywność i oryginalność wywodu przy zastosowaniu stosunkowo skromnych środków stylistycznych. Oto wybrane fragmenty tej wypowiedzi:

Nigdy nie zapomnę, jak pierwszy raz z moją córką Noel [...] stanęliśmy na brzegu morza w Parku Narodowym Wysp Hawajskich i usłyszeliśmy syk wlewającej się do Pacyfiku rozżarzonej lawy. Jakże widowiskowy pokaz potęgi i majestatu natury! Ekscytujący pierwszy raz! [...]

Jako redaktor naczelny cieszę się, że nasze pismo pełne jest ekscytujących nowości – bieżący numer jest tego doskonałym przykładem. Przeczytacie w nim o odkryciu nowego gatunku hominida [...].

Nie mógłbym sobie wymarzyć lepszego materiału na inaugurację pracy redaktora naczelnego – to przecież opowieść, krótko mówiąc, o początkach. [NG 2005/4]

Nieco inny charakter ma wypowiedź redaktora naczelnego, który świętuje jakiś jubileusz pisma. W wypowiedzi, która stanowi przykład realizacji takiego przypadku, uderza wielowątkowość, zmienność tonacji stylistycznej i nieszablonowa, choć w istocie monologowa, kompozycja. Ilustrację znalazłam bowiem w komentarzu redaktora naczelnego pisma motoryzacyjnego *Auto+*. Na początku 2005 roku ukazał się 25 numer tego magazynu.

Struktura owej wypowiedzi nie zachwyca, gdyż jest standardowa i obejmuje: tytuł o funkcji komunikacyjnej *25 numerów*, rozbudowany korpus o zwartej strukturze, zamykające całość segmenty prezentujące autora, a więc zdjęcie, formuła nazywająca funkcję i dane osobowe. Lektura wspomnianego komentarza dostarczyć może jednak czytelnikowi pełnej satysfakcji. Znajdują się w tej wypowiedzi bowiem metakomunikacyjne

refleksje, czyli w istocie credo naczelnego i charakterystyka pisma. Potencjał illokucyjny komunikatu jest niezwykle złożony i zakodowany w urozmaicony sposób. Składają się nań następujące intencje szczegółowe:

- powiadomienie o jubileuszu pisma: **25 numerów** *Tyle już wydaliśmy i auto+ [sic!] właśnie wjechało w swój trzeci roczek.* [A 2005/3];

- dookreślenie profilu pisma i jego miejsca na rynku prasowym, eksponowanie różnic (zwłaszcza w sposobie traktowania samochodu): *Podeszliśmy bowiem do auta jak do przedmiotu nie tylko fascynacji, ale i codziennego użytku. Takiego, o którym najpierw myślimy, który następnie nabywamy, użytkujemy, sprzedajemy i wreszcie... kupujemy następnym.* [A 2005/3];

- promowanie i reklamowanie pisma: informacja o sukcesie czytelniczym, hasło reklamujące (slogan): *auto+ i wiesz, czym jeździć*, informacje o relacjach z konkurencją (strategia chwalenia się);

- zapowiedź zawartości numeru: *W tym numerze obok rynkowych przebojów znajdziecie [...] 10 aut, o których marzą nawet dziennikarze motoryzacyjni.* [A 2005/3]

Przedstawiając swe pismo, redaktor naczelny akcentuje jego wyjątkowość, innowacyjność i dynamiczność. Swjej wypowiedzi nadaje w związku z tym charakter komunikatu oryginalnego i zaskakującego przy pozorach szablonowości. Styl tego komentarza oparty jest bowiem na paradoksach. Stereotypowa struktura wypełniona została nietypowymi środkami. Wśród nich wymienić można zaskakujące użycie zdrobnienia w zdaniu: *auto+ wjechało w swój trzeci roczek*; posługiwanie się metaforą osadzoną w świecie motoryzacji: *Z wolna na zatłoczonym rynku prasowym zdobyliśmy stałe miejsce parkingowe [...]*; użycie okazjonalizmów: *a czasami konkurencja mniej lub bardziej udanie próbuje naśladować nasze „maczlorki”* (od

patchwork – mozolne zszywanie kawałeczków i much work, czyli roboty od zasypania). A nawet... nasze błędy. [A 2005/3]

Liczne wypowiedzi funkcjonujące jako komentarze redakcyjne służą przede wszystkim podtrzymaniu więzi z czytelnikami pisma. Nadaje się im w związku z tym, jak wspominałam, formę listów lub nasycą formami językowymi, sygnalizującymi dialogowe (interakcyjne) nastawienie. Fingowaniu stylu komunikacji bezpośredniej i po części spontanicznej służą też znaki graficzne, zwłaszcza wielokropek, pozorujący wystąpienie pauzy (czasem urwania wypowiedzenia – jak w wypowiedzi mówionej, komponowanej razem z realizacją) i sygnalizujący pojawienie się treści uznawanych za zaskakujące. Wspomniany znak graficzny jest też doskonałym waloryzantem. Niektóre oceny wzmacnia, inne osłabia, a czasem ma zawieszać waloryzowanie, dając czytelnikowi możliwość wyboru. Oto kilka przykładów zastosowania tego wielofunkcyjnego środka:

Władze portalu, który udostępnia skrzynki, dostrzegają problem płynącego szerokim strumieniem pornospamu. Ponoć pracują nad jakimś rozwiązaniem. Dziwne, że dopiero, gdy dziennikarz pyta... [KS 2003/21];

Maj... Dla jednych najpiękniejsza pora roku – czas miłości i radości. Dla drugich – początek koszmaru, związanego z końcem roku szkolnego, sesją, egzaminami... [NM 2004/5];

Czy nie okaże się, że biopaliwa sobie, a akcyza sobie, bo... brak wykazu? [M 2004/52];

Rosnącym powodzeniem cieszą się [...] internetowe wydania dzienników – skoro można włączyć komputer, kliknąć kilka razy myszką i... być na bieżąco, to po co tracić siły na wyprawę do kiosku. [KS 1999/17];

Tymczasem ze skarbowego punktu widzenia przyczepę... nie są pojazdami, bo nie figurują w załączniku do ustawy o podatku VAT. [M 2004/52].

Więź z czytelnikami budują także te składniki wypowiedzi, które sygnalizują jej dialogowe nastawienie. Najczęściej są to pytania formułowane w imieniu czytelników, a nawet z sugestią ich autentyzmu, a więc rzeczywistego udziału odbiorców w akcie komunikacji. Może to być także sugerowanie niewerbalnych reakcji tak zaprojektowanych i uobecnionych w tekście odbiorców. Odwołać się wypada do następującej egemplifikacji:

Kto zwyciężył? Dowiedcie się z testu. [MR 2005/4];

Zapraszamy na podróż [sic!] do epoki, gdy rowery miały drewniane obręcze i jeździło się w we lnianych trykotach. Ta tradycja żyje nadal. Nie wierzycie? Przekonajcie się! [MR 2005/4];

No i jak, dostrzeżliście zmianę na okładce? Wraz z tym jak ewoluuje sam SURVIVAL, postanowiliśmy nieco zmienić winietę magazynu. [S 2005/3].

Nawiązywanie i podtrzymywanie więzi z czytelnikami to zadanie, o którym redaktorzy często piszą wprost. Częściej jednak w ten sposób sygnalizuje się chęć budowania wspólnoty – przekonań, upodobań, wartości. Oto dla ilustracji następujące fragmenty różnych wypowiedzi:

Nasze pismo chce być z Wami w sytuacjach, kiedy w harmonii z naturą korzystacie z jej dóbr lub też aktywnie zmagacie się z wysoko umieszczoną poprzeczką świata przyrody. Chcemy do tego zachęcać, pokazując doświadczenia i przykłady innych. [S 2005/3];

Chcemy zaoszczędzić naszym Czytelnikom czasu, który często tracą na poszukiwanie odpowiedniego sprzętu, a który mogliby poświęcić na „zmagania z naturą”. „Survival” nie będzie suchym, teoretycznym czasopiśmie. Będzie można w nim przeczytać relacje z wypraw oraz spotkań z ciekawymi ludźmi. Nie zabraknie także sprawozdań

z imprez, spotkań czy targów o pokrewnej tematyce. [s 2003/1];

Spotykamy się z Wami równo od dziesięciu lat. Jest to sto dziesiąte nasze spotkanie w sto dziesiątym numerze „Komandosa”. Za nami szmat przebytej drogi. Przed nami nowy, nieznan, nieprzebrany szlak. [...] nasi pierwsi Czytelnicy z chłopców przemienili się w mężczyzn. Tym, którzy sięgnęli po „Komandosa” jako dojrzali mężczyźni – z pewnością posiwały skronie. Dekada to kawał czasu. Pomimo jego upływu mms „Komandos” wciąż pozostaje taki sam. Jest dla Was i z Wami. [K 2001/12]

118

Wiele pism specjalistycznych kreuje też za pomocą komentarzy redakcyjnych swój wizerunek, przypisując sobie rolę doradcy, przyjaciela czy fachowca, który wybawi z kłopotów. Oto wybrane przykłady takich deklaracji:

Komputer ŚWIAT stara się pomagać Czytelnikom w dokonaniu wyboru. Jeżeli jednak miałby polecić komputer pod kątem jakości świadczony pomocy technicznej – kapituluje. Nie ma bowiem w Polsce producenta, który oferowałby satysfakcjonujący jej poziom. Jeżeli chcecie kupić nowego peceta, wybierzcie najlepszy spośród najgorszych. A pomocy szukajcie choćby na naszych łamach. [...] [KS 2002/7];

Osoby traktujące komputer wyłącznie instrumentalnie powinny starannie przechrząć ten numer Komputera ŚWIATA – za kilka miesięcy ceny najszybszych testowanych procesorów spadną na tyle, że zakup nowego komputera wyposażonego w takie urządzenie nie będzie nosił znamion ekstrawagancji. A wówczas przeprowadzony przez redakcję test będzie jak znalazł. [KS 2002/11]

Kończąc ten fragment artykułu, który poświęciłam charakterystyce edytoriali komentujących, odpowiedzieć chcę jeszcze na następujące pytania: co się w owych wypowiedziach komentuje oraz w jaki sposób.

Przedmiotem komentarza jest świat przedstawiany przez pismo, a więc pragmatycznie i semantycznie sprofilowany element rzeczywistości. Oprócz tematyki (profilu pisma) ważną rolę w kształtowaniu obrazu świata odgrywa bowiem nastawienie nadawcy do przekazywanych treści. Z owym nastawieniem, dodać trzeba od razu, wiąże się drugi stały składnik podlegający procedurze komentowania – samo pismo. Świat przedstawiany to rzeczywistość bliska określonemu kręgowi ludzi (czytelników pisma i redaktorów), rzeczywistość, którą oni się pasjonują (stąd formuła komunikacyjna, którą kiedyś proponowałam: entuzjaści komunikują się z entuzjastami), która jest im bardzo bliska i oswojona. Pismo ją charakteryzuje (obiektywnie lub z entuzjazmem), pomaga czytelnikom zgłębiać jej tajniki – jest więc przewodnikiem (fachowym doradcą) lub/i przyjacielem.

Sposób komentowania trudno przedstawić za pomocą jednej formuły, gdyż redaktorzy stosują konwencje typowe dla komentarzy rzeczowych, opartych na argumentacji lub wprowadzają waloryzowanie, siebie sytuując jednak zwykle w roli ekspertów.

Uderza przy tym różnorodność technik komentowania. Znajdujemy bowiem w edytorialach przykłady bezpośredniego wyrażania opinii, wiążanego, jak wspominałam, z uzasadnianiem lub wprowadzaniem mechanizmu porównania. Zawsze jednak dążenie do precyzji wyśłowienia i jego fachowości łączy się z obrazowością i sugestownością. Na uwagę zasługuje przy tym dbałość o to, by obrazowanie było w miarę oryginalne, choć redaktorzy pism specjalistycznych sięgają chętnie po utarte środki (zwłaszcza leksykę potoczną z rejestru emocjonalnego). Analizowane komentarze nie są jednak pozbawione środków typowych dla reklamy, a więc sloganów czy odwołania do poetyki superlatywu. Kolejny chwyt to kon-

cepty, najczęściej tzw. koncepty wolne, choć zdarzają się również przypadki dbałości o zaskakującą czytelników kompozycję całości (najczęściej jest to kompozycja kłamrowa). Podstawową zasadą stosowaną w budowaniu konceptów jest reguła analogii. Siłę oddziaływania wypowiedzi wzmacniają mają ponadto innowacje językowe i stylistyczne. Spotykamy więc przypadki oryginalnych metafor, choć z reguły są one oparte na skojarzeniach budujących wspólnotę świata, a także neologizmy. Kontrasty stylistyczne na poziomie rejestrów nie wywołują jednak efektów humorystycznych. Kształtują jedynie typową dla analizowanego gatunku skalę paradoksów.



Sposób realizacji konwencji gatunkowych komentarza nie czyni z edytoriali genologicznej osobliwości. Status taki nadają im dopiero interferencje z zapowiedzią prasową.

Zapowiedź sama w sobie jest gatunkiem dość osobliwym i dynamicznym, gdyż wykształciła dwie zasadnicze odmiany: nawiązującą do innych gatunków dziennikarskich (nieautonomiczną) i samodzielną pod względem reguł (bliską jednak reklamie) (por. Wojtak 2004, 101–119). Podstawową formą adaptacji różnorodnych gatunków wypowiedzi prasowych do roli zapowiedzi, a więc tekstu anonsującego pełną wersję komunikatu lub teksty towarzyszące, jest dodanie formuły odsyłającej. Wspomniany składnik jest dla gatunku bardzo istotny, gdyż decyduje o jego tożsamości i odrębności. W praktyce redakcyjnej utrzymało się więc kilka sposobów jego przekształcania. Echa tych konwencji odnajdujemy w edytorialach.

Przypomnę więc na początek, że status formuł kanonicznych (najprostszych, a zarazem najczęściej stosowanych) przy-

znałam następującym realizacjom: – s. x; *Więcej* – s. x; *Szczegóły* – s. x; *Czytaj* – s. x (por. Wojtak 2004, 106). Alternacje gatunkowe, odnoszące się do tego składnika zapowiedzi, polegają na poszerzeniu formuły o nazwę gatunkową tekstu stowarzyszonego, wprowadzeniu informacji o temacie owego tekstu (zwykle za pomocą formuły: *O... – s. x*), posłużeniu się tytułem anonsowanej wypowiedzi, użyciem pytań dla zaintrygowania czytelnika lub wprowadzeniu kilku formuł w związku z odsyłaniem do całego bloku wypowiedzi, związanych tematycznie z tekstem zapowiadającym (Wojtak 2004, 106–107). Autorzy edytoriali stosują wszystkie te przekształcenia. Różnica podstawowa w stosunku do gatunku macierzystego polega na tym, że formuły nie zamykają wypowiedzi, lecz są wbudowane w jej segment główny.

Szczegółowe analizy stosownego zbioru wypowiedzi pozwalają zauważać określone tendencje w sposobach redagowania tych komentarzy redakcyjnych, które pełnią też rolę zapowiedzi. Funkcja anonsowania jest w nich uwyraźniana na kilka sposobów. Nazywam je roboczo stylami zapowiadania i wyodrębniam: a) styl „zajawkowy” (*zajawką* nazywają dziennikarze wypowiedzi, które mają zapowiadać inne teksty, jest to więc terminologiczny ekwiwalent dla nazwy *zapowiedź*), b) styl recenzyjny, c) styl reklamowy. Granice między wspomnianymi stylami nie rysują się ostro. Mimo to warto je, jak sądzę, wyodrębnić, gdyż pozwoli to w sposób przekonujący pokazywać edytorial jako osobliwość genologiczną.

Styl „zajawkowy” pojawia się w tych redakcyjnych komentarzach, w których obserwujemy posługiwanie się formułami nawiązującymi do formuł odsyłających typowych dla gatunku macierzystego. Oto wybrane przykłady realizacji:

Szczegóły przedstawiamy na s. 74 [KG 2002/10];

Inna całkowicie polska gra, kosmiczna strategia czasu rzeczywistego [...], otrzymała w naszym teście (strona 42) ocenę dobrą i pochwały za wygląd i pomysły, choć nie zachwyciły nas fabuła i sterowanie. [KG 2002/7];

O szczegółach tej trudnej pracy piszemy w dziale Magazyn w artykule Z obcego na nasze (strona 84). [KG 2002/7]

120

Właścicielom konsol polecamy książkę tajnych kodów przygotowaną przez redakcję PLAYA – największego konsolowego pisma w Polsce (szczegóły na stronie 12). [KG 2002/7];

O tym, jak zachować się na randce, uniknąć na niej wpadek, zdobyć względy kogoś, kto się nam podoba, przeczytacie na stronie 60. Z kolei kilka rad, jak walczyć ze stresem znajdziecie na stronie 36. [NM 2004/5]

Czy droższe paliwa powodują, że wzrasta moc silnika i samochody jeżdżą szybciej? Odpowiedź w artykule na str. 30. [M 2004/36];

Tym bardziej polecam artykuł „Stój! Kontrola” na str. 34. [M 2004/38].

Dwa pozostałe style anonsowania mają więcej podobieństw niż różnic. O stylu reklamowym chciałabym mówić wtedy, gdy nawiązuje się bezpośrednio do typowego dla reklamy sposobu wysłowienia (sloganowy charakter wypowiedzi, supremacja wartościowania). Oto przykłady realizacji tej konwencji:

Atrakcje tego wydania auto+ to supermapa drogowa na CD i wiosenne premiery motoryzacyjne. [...] Nie sposób w jednym numerze omówić najnowszych dzieł legendarnych stylistów i biur technicznych ani nowych aut kilkudziesięciu marek pokazanych na genewskim supershow. Wybór więc bardzo subiektywny – 69 najciekawszych premier: światowych i europejskich oraz modeli po znaczącej modernizacji. [A 2004/4];

Jeśli nie widać różnicy...

„...to po co przepłacać” chciałoby się dokończyć. Okazuje się, że nie zawsze jest to prawda. Czasami jednak warto, jak się przekonałiśmy przygotowując ten numer tygodnika „Motor”. Hasło „Jeśli nie widać różnicy...” towarzyszyło nam trzykrotnie. Po raz pierwszy, kiedy zajęliśmy się sprawą używanych części [...]. Po raz drugi zastanawialiśmy się, czy warto wydawać dodatkowe pieniądze przy okazji materiału o paliwach. [...] Wreszcie po raz trzeci tytułowe pytanie powróciło przy temacie zamienników oryginalnych części [...]. Jedno jest pewne. Warto co tydzień kupować tygodnik „Motor” – nie ma obawy – o przepłaceniu nie może być mowy. [M 2004/36]

Styl recenzyjny charakteryzuje te wypowiedzi, które łączą powiadamanie, zwykle precyzyjne i rzeczowe, o zawartości numeru z jego rekomendowaniem (oceniem). Omówię dla ilustracji tylko jeden przykład. Charakteryzowany komentarz pochodzi z miesięcznika „Góry” [2005/4], a zakres nawiązań do konwencji recenzji publicystycznej jest w nim niemały. Dostrzec można reprodukcję struktury wypowiedzi recenzującej, gdyż wypowiedź sygnowana imieniem i nazwiskiem redaktora naczelnego górskiego magazynu zawiera: formułę wskazującą obiekt recenzji (anonsowania i rekomendowania): *Jak wygląda zatem owo „normalne” oblicze GÓR 2005/4?*; omówienie treści numeru i ocenę jego zawartości (o wyznacznikach gatunkowych recenzji por. Krauz 2004, 135–151). W całym tekście przewijają się organizujące go pod względem kompozycyjnym sformułowania, które można uznać za typowe dla stylu recenzyjnego: *Przede wszystkim zwraca uwagę...; Niewątpliwie smakowitym kąskiem dla...; Surowe klimaty wysokogórskie prezentują dwa materiały; Na szczególną uwagę zasługuje również...; Jeśli chodzi o teksy z dużym ładunkiem emocji, prym wiodą...; Na koniec nie sposób*

nie wspomnieć...; Szczególnej uwadze polecamy... Mieści się zatem w tym tekście typowe dla recenzji omawianie zawartości numeru, wyrażanie opinii na temat jego składników, oraz zachęta do lektury. Ponieważ jest to swego rodzaju autorecenzja, więc brak w niej akcentów krytycznych. Warto zaznaczyć na koniec, że ten styl redagowania komentarza jest charakterystyczny dla pisma „Góry”.



Dlaczego, zapytajmy raz jeszcze, komentarz redakcyjny stanowi genologiczną osobliwość? Odpowiadając, trzeba przede wszystkim wspomnieć o braku jednego trwałego wzorca gatunkowego, choć zbiór realizowanych konwencji nie jest zbyt bogaty (na przykład w porównaniu z sylwetką prasową). W prasie wyspecjalizowanej funkcjonują realizacje trzech zasadniczych wariantów wzorca i wszystkie mają charakter adaptacyjny. Zakres wariantowości poszerza się jednak, gdy uwzględnimy fakt, że interferencje gatunkowe mają charakter złożony. I na tym przede wszystkim polega, warto dodać, osobliwość komentarza redakcyjnego.

Na poziomie strukturalnym adaptacje globalne (odnoszące się do całego tekstu) obejmują: nawiązanie do konwencji komentarza autonomicznego i oficjalnego listu. W obrębie segmentu głównego mogą jednak funkcjonować dodatkowe interferencje ze względu na częste kontaminacje ze strukturą zapowiedzi i wprowadzaniem schematu recenzji (w całym korpusie bądź w jego fragmencie) lub odwołaniem do konwencji komunikatu reklamowego, który rzadko jednak podlega procesom reprodukcji jako całość.

Potencjał illokucyjny takiej wypowiedzi łączy intencje typowe dla wspomnianych gatunków, a więc: powiadamianie (o faktach i o zawartości numeru pisma) z anonsowaniem i rekomendowaniem, zawiera także intencje fatyczne.

Respektowana jest reguła budowania wspólnoty świata, a więc także kształtowania potrzeb, przekonań, upodobań i wartości. Nadawca, a więc pośrednio także pismo, przyjmuje rolę doradcy, eksperta, przewodnika, przyjaciela. Komunikacja zaś zyskuje znamiona bezpośredniej, spontanicznej i nierzadko familiarnej.

Interferencyjny (synkretyczny – można rzec) charakter ma także styl tych wypowiedzi ze względu na czerpanie środków ze stylu gatunków poddanych procesom adaptacji i mieszanie składników stylu epistolarnego, komentatorskiego, reklamowego i recenzyjnego. Obecność cech i składników wymienionych stylów zyskuje, jak sądzę, podwójną motywację: jest wynikiem adaptacji gatunkowych (zwłaszcza strukturalnych) lub stanowi rezultat tendencji do wzbogacania i urozmaicenia zbioru środków, realizujących podstawowe intencje wypowiedzi. Szczególnie istotne wydaje się rekomendowanie. Uwyrażnieniu tej funkcji znakomicie mogą służyć środki rodem ze stylu reklamowego lub stylu recenzji.

Analiza edytoriali pokazuje, że gatunki użytkowe nie funkcjonują jako byty osobne (wyraźnie odrębne) ani na poziomie wzorca, ani, tym bardziej, realizacji. Interferencje gatunkowe mogą obejmować wszystkie płaszczyzny – od strukturalnej po stylistyczną. O kształcie konkretnego komunikatu decyduje autor, co nie znaczy, że jest on w swych wyborach całkowicie suwerenny.

summary

Σ Genologic curiosity – an editorial

An editorial commentary is a subject of the characterization. It is an independent journalistic genre. It is pretty odd because there is no one model. It is referring to the convention of the autonomous commentary that is the prototype form of the commentary, the newspaper announcement and the review under the structural, pragmatic and stylistic account. The shape of concrete statements is depending on the scope of the magazine and the invention of the author.

122

Wykaz stosowanych skrótów:

- A — „Auto+”
- AS — „Auto Świat”
- F — „Feniks”
- G — „Góry”
- K — „Komandos”
- KG — „Komputer Gry”
- KS — „Komputer Świat”
- M — „Motor”
- MR — „Magazyn Rowerowy”
- NG — „National Geographic Polska”
- NM — „Nowa Miss”
- P — „Przyjaciółka”
- S — „Survival”
- TS — „Twój Styl”

Literatura

- Bauer 2000: **Bauer Z.** Gatunki dziennikarskie, [w:] Dziennikarstwo i świat mediów, pod red. Z. Bauera, E. Chudzińskiego, Kraków.
- Fras 1999: **Fras J.** Dziennikarski warsztat językowy, Wrocław.
- Krauz 2004: **Krauz M.** Recenzja – gatunek naukowy, krytycznoliteracki czy publicystyczny?, [w:] Wielojęzyczność w perspektywie stylistyki i poetyki, pod red. M. Ruszkowskiego, Kielce.
- Miarecki 2001: **Miarecki T.** Komentarz, [w:] Dziennikarstwo od kuchni, pod red. A. Niczyperowicza, Poznań.
- Wojtak 2004: **Wojtak M.** Gatunki prasowe, Lublin.