

Odmiana medialna

MARIA WOJTAK*

CITATION: Wojtak M., 2025, Odmiana medialna, „*Stylistyka*” XXXV: 137–145, <https://doi.org/10.25167/Stylistyka35.2025.7>

Odmiana polszczyzny związana z dynamicznie zmieniającymi się mediami nie została w ramach polskiej stylistyki wyczerpująco do tej pory przedstawiona. Nie opatrzono jej powszechnie akceptowaną etykietką terminologiczną, nie dookreślono zakresu pojęcia ani nie przedstawiono podstawowych cech wyróżniających (tytułowe określenie ma jedynie charakter operacyjny). W ramach badań ściśle stylistycznych, związanych z charakterystyką wieloparametrowego zróżnicowania polszczyzny, opisywano tę odmianę dość ogólnikowo lub negowano potrzebę jej wyodrębniania, sugerując bliskie związki ze stylem artystycznym bądź oficjalnymi sposobami wysłowienia, a więc brak cech wyróżniających (zob. Wilkoń 2000: 48).

Liczba etykietek terminologicznych, którymi opatrywano wspomnianą odmianę, jest zaiste imponująca. Tworzą one gniazda terminologiczne zogniskowane wokół terminów: *styl*, *język*, *odmiana*, *dyskurs*. Wyodrębniano zatem: (1) *styl publicystyczny*, *dziennikarski*, *publicystyczno-dziennikarski*, *informacyjno-publicystyczny* (zob. Szczurek 1995: 363–364), *styl medialny* (zob. Wojtak

* <https://orcid.org/0000-0003-4537-2732>, Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie, Polska, em.wojtak@gmail.com



2024: 203–221); (2) *język mediów (język prasy, radia, telewizji, Internetu), język w mediach*; (3) *odmianę medialną, polszczyznę medialną*; (4) *dyskurs medialny (dyskurs prasowy, radiowy, telewizyjny, internetowy)* (zob. Wojtak 2019: 47).

1. Koncepcje i tożsamość odmiany związanej z mediami

Dla polskich badań nad komunikacją medialną (nawet umieszczanych w ramach stylistyki) charakterystyczna jest nie tylko terminologiczna polileksja, lecz przede wszystkim bogactwo koncepcyjne, a zwłaszcza zmienność sposobów ujmowania tożsamości odmiany związanej z mediami (statusu odmiany) oraz dookreślania (traktowania) tych samych terminów. Dla przykładu termin *język w mediach* był początkowo stosowany jako określenie opisu faktów z różnych płaszczyzn systemu językowego i sposobów ich funkcjonowania w mediach, a potem używany jako etykieta dla bogactwa zjawisk komunikacyjnych typowych dla poszczególnych rodzajów mediów. Wspomniana zmienność wiązała się z sytuowaniem badań nad odmianą medialną w ramach różnych dyscyplin bądź subdyscyplin językoznawczych (stylistyki, pragmatyki, socjolingwistyki, teorii tekstu, genologii). Uwzględnienie perspektywy temporalnej pozwala dostrzec dynamikę zmian, symultaniczność badań w konkretnym odcinku czasowym, ich dość ścisły związek z rytmem przemian metodologicznych w ramach językoznawstwa oraz bogactwem form organizacyjnych sprzyjającym polimetodologiczności badań, ich podmiotowości, a więc zależności od postaw określonych środowisk badawczych lub osobowości badaczy (zob. Wojtak 2024: 204–210).

Obraz wymienionych uwarunkowań jest pryzmatycznie zróżnicowany i bardzo trudny do przedstawienia w jednorodnie uporządkowanym wywodzie. Postaram się zatem w dalszej charakterystyce zagadnienia uwzględnić porządek zarówno chronologiczny, jak i problemowy. Warto przy tym zauważyć, że zasadniczo najbardziej trwałe jest przedstawianie odmiany związanej z mediami w kategoriach różnie rozumianego stylu lub języka. Brak powszechnie przyjmowanej koncepcji łączyć zaś należy z kontekstami badawczymi, a więc – jak wspominałam – sytuowaniem badań w ramach lingwistyki i jej różnych działów bądź ich lokowaniem w ramach nauk o mediach. Kolejne pasma zróżnicowań wiążą się z ewolucjami bądź rewolucjami metodologicznymi oraz zmiennością szczegółowych kontekstów badawczych.

1.1. Styl publicystyczny

Badania nad stylem polszczyzny łączonej z mediami (początkowo jedynie prasą), prowadzone od lat 50. XX wieku, miały najpierw strukturalistyczny charakter, choć samo pojęcie *stylu publicystycznego* wykraczało poza media i było charakteryzowane na podstawie funkcji lub w odniesieniu do sfery komunikacyjnej. W pierwszym przypadku dyferencjacja stylu obejmowała informację i publicystykę (prasową, radiową i telewizyjną), w drugim zaś – komunikację polityczną, propagandę oraz reklamę.

Charakterystyki ogólne zawierały opis związków odmiany z innymi stylami polszczyzny. Halina Kurkowska i Stanisław Skorupka, autorzy syntezy *Stylistyka polska* (1959), uwypuklali obecność elementów stylu urzędowego (szablonowość określeń, odindywidualizowanie języka, dążność do skrótu), potocznego, artystycznego i naukowego. W repertuarze funkcji umieszczano informowanie o faktach, pośredniczenie między światem polityki a odbiorcami mediów oraz perswazję. Badania nad środkami stylistycznymi stylu publicystycznego owocowały (w połowie XX wieku) wyodrębnieniem całej gamy form z różnych pięter systemu (np. gramatycznych form bezosobowych), leksyki oficjalnej sąsiadującej z ekspresywną, metaforyki militarnej (szczegółowo: Szczurek 1995: 377–378).

1.2. Tygiel stylowy

Po zmianie orientacji metodologicznych w lingwistyce, a także skomplikowaniu się komunikacji w różnych jej obszarach, sferach i sytuacjach, jak podkreśla Stanisław Gajda (2012: 18)¹, zmodyfikowało się też stanowisko lingwistów w kwestii wyodrębniania stylu wiążanego z mediami. Wspomniany uczony zaproponował, by w opisie statusu polszczyzny medialnej posługiwać się określeniem *tygiel stylowy*. Istotę tej propozycji autor dookreślił w następujących słowach (Gajda 2012: 16):

[...] metafora tygla zwraca uwagę na procesualne współwystępowanie różnorodnych elementów, na ich dynamiczne spotkanie, zderzanie oraz wręcz chaotyczne mieszanie się. W odniesieniu do mediów może być ona różnie interpretowana. Z pozycji językoznawczych chcę tu mówić o dwu stylowych tyglach: odmianowym i dyskursywnym. Odwołuję się do dwu znaczeń polimorficznego terminu *styl*. Przez styl rozumie się bowiem już trady-

¹ Pierwodruk tego artykułu pochodzi z roku 2000.

cyjnie 1) funkcjonalną odmianę języka, np. w języku polskim wydziela się następujące style: potoczny, artystyczny, publicystyczny, urzędowy, naukowy i religijny, a także 2) humanistyczną, całościową strukturę tekstu (dyskursu), stanowiącą dynamiczną „grę” środków językowych i niejęzykowych, planu treści i planu wyrażania, tekstu i kontekstu.

Metaforę tygla reinterpretuje i rozwija Małgorzata Kita (2010: 277), przypominając, że nie tylko wyraża ona ideę wieloskładnikowości stylowej, językowej i dyskursywnej oferty mediów, ale także „pośrednio mówi o fragmentaryzacji obrazu języka mediów – mediów, czyli prasy, radia, telewizji i Internetu”. Autorka rozważa kwestię możliwości wyodrębniania nowej odmiany polszczyzny, czyli odmiany medialnej (do tego jeszcze powrócę). Wiele uwagi poświęca zjawisku kolokwializacji komunikacyjnej oferty medialnej, akcentując zjawisko atomizacji (wieloskładnikowości i przypadkowości) języka, przypomina też o zmianie funkcji mediów i eksponowaniu roli dostarczycieli rozrywki.

Odrębną propozycję dookreślenia stylowych wymiarów języka (jedynie w prasie) przedstawia Maria Wojtak (2015: 45–61). Autorka posługuje się terminem *stylistyczne ukształtowanie gatunków prasowych*, łączy styl z kategorią gatunku, prezentując postawę deskryptywną w sposobie ujęcia zagadnień stylistycznych, akcentuje polimorficzność stylu motywowaną zróżnicowaniem gatunkowym i przedstawia opartą na antynomiach konfigurację cech rozpatrywanego stylu (np. szablonowość, nieszablonowa szablonowość, szablonowa nieszablonowość oraz nieszablonowość). Modyfikuje metaforę tygla, stwierdzając: „[...] zderzanie (cech) nie jest przypadkowe i chaotyczne, lecz ujęte w ramy elastycznych gatunkowych normalizacji, gier między tradycją i konwencją a ostentacyjnie manifestowaną redakcyjną swobodą” (Wojtak 2015: 61).

1.3. Język w mediach / mediów

Termin *język mediów* (czy później *język w mediach*) był stosowany od początku polskich badań nad sposobami funkcjonowania zjawisk językowych w mediach. Dość długo, lecz z odmiennych nieco perspektyw, zagadnieniem dominującym była poprawność języka mediów, traktowanego jako źródło wzorców zachowań językowych dla licznego grona użytkowników języka. Uwzględniając dynamikę przeobrażeń mediów, polscy językoznawcy skupili następnie uwagę na charakterystyce tego, co poszczególne media robią z językiem. Dokumentację zjawisk, obejmujących konfigurację medialnej przestrzeni

komunikacyjnej, zawiera seria antologii tekstów opublikowana pod redakcją Małgorzaty Kity i Iwony Loewe jako tomy zatytułowane: *Język w mediach* (2012 i 2014), *Język w telewizji* (2016), *Język w Internecie* (2016), *Język w radiu* (2018), *Język w prasie* (2019).

1.4. Styl medialny

Kategoria *stylu medialnego* nie zdomowiała się we wszystkich opracowaniach dotyczących odmian polszczyzny. Posługują się nią Maria Wojtak (2015: 104; 2024: 204) i Krzysztof Kaszewski (2018: 54), który uznaje (za Jerzym Bartmińskim) „określon[ą] perspektyw[ę] widzenia i przedstawiania rzeczywistości za podstawę wyodrębniania [...] stylu [medialnego]”. Jako podstawowy parametr organizujący styl medialny autor traktuje „dążenie do harmonijnego połączenia perspektyw związanych z dwoma podstawowymi typami racjonalności: obiektywistycznej (naukowej, uniwersalnej, abstrakcyjnej) i potocznej (subiektywistycznej, antropocentrycznej, empirycznej)”. Przedstawia także bogaty zbiór środków formalnych tak ujmowanego stylu (Kaszewski 2018: 56–62).

Propozycję komplementarną zawiera rozprawa Marii Wojtak (2024: 210–213). W przekonaniu badaczki wyróżnikami wspomnianego stylu są: (1) synkretyzm (i/lub hybrydalność) już na poziomie cech, łączonych z uwarunkowaniami kulturowymi stylu; (2) bogactwo wykładników (środków stylistycznych, w tym form niewerbalnych); (3) specjalne miejsce w zmiennym układzie odmian, a więc otwartość wielowektorowa, czyli (a) otwartość na różne odmiany języka traktowane jako źródło środków wysłowienia (tworzywo językowe i wielokodowe) lub wzorce stylizacyjne, (b) na gatunki spoza sfery medialnej, (c) na idiolekty. Styl medialny jawi się zatem jako kategoria polimorficzna, realizowana i konfigurowana odmiennie w tekstach (zob. analizy w: Wojtak 2024: 213–218).

1.5. Dyskurs medialny

Ujmowanie komunikacji poprzez media w kategoriach dyskursywnych to obecnie w pewnym sensie dominujący trend badawczy. Szczegółowe sprawozdanie z wielowątkowych badań tego typu znajdujemy w rozprawach Małgorzaty Kity, Iwony Loewe, Urszuli Żydek-Bednarczuk opublikowanych w zbiorze:

Style współczesnej polszczyzny. Przewodnik po stylistyce polskiej, red. E. Małinowska, J. Nocoń, U. Żydek-Bednarczuk, Kraków 2013.

Powiązanie zjawisk dyskursu i stylu zawiera artykuł Marii Wojtak (2015: 95–105). Autorka ujmuje dyskurs komunikacyjny, dyskursowi medialnemu przypisując wieloaspektową dyferencjację, monotematyczność obok politematyczności, powiązania z kulturą popularną, elastyczność reguł wypełniających go gatunków, a przede wszystkim absorpcyjny charakter. Stwierdza, że dyskurs medialny (zwłaszcza prasowy) jest cytatowo lub transformacyjnie utkany z innych dyskursów. Pozwala to kategorię stylu (medialnego) postrzegać jako otwartą, antynomiczną ze względu na zbiór cech i heterogeniczną z powodu stosowanych środków. W zbiorze cech mieszczą się: spontaniczność/oficjalność, konkretność/abstrakcyjność, rzeczowość/ekspresywność, kreatywność/szablonowość, potoczność/fachowość, potoczność/oficjalność (Wojtak 2015: 104). Ze względu na funkcjonowanie w dyskursie kolejnych filtrów komunikacyjnych (zwłaszcza filtrów gatunkowych) następuje polaryzacja cech. Na poziomie gatunkowym zyskują one charakter wyznaczników synkretycznych (była już o tym mowa przy charakterystyce stylu gatunków prasowych) (rozwiniecie wspomnianych wątków w: Skowronek 2019: 27; Wojtak 2024: 203–221; zob. 1.4.).

1.6. Odmiana medialna

Postulat wyodrębniania *odmiany medialnej* wprowadziła do lingwistyki Urszula Żydek-Bednarczuk (2004: 99–106). Autorka wiąże ów postulat z przeobrażeniami komunikacyjnymi powodowanymi rozwojem mediów i wskazuje całą gamę kryteriów motywujących uzupełnienie zbioru odmian współczesnej polszczyzny o wyżej wymienioną, pisząc (Żydek-Bednarczuk 2004: 99):

W rezultacie wydzielenie odmiany medialnej uwarunkowane byłoby kryteriami przynależnymi do komunikacji językowej i pozajęzykowej, występowaniem wzorców tekstowych charakterystycznych dla danej odmiany, kryteriami funkcji tekstu i wypowiedzi, typów sytuacji i interakcji, gatunków i ich odmian.

Zamykający artykuł schemat jest próbą wskazania cech językowych i pozajęzykowych charakteryzujących tak wydzieloną odmianę (Żydek-Bednarczuk 2004: 105). Do zagadnień tych wraca Małgorzata Kita (2017: 73), traktując odmianę medialną jako „konieczny składnik kapitału kulturowego i kompetencji językowo-komunikacyjnej współczesnego Polaka oraz składnik centrum polszczyzny XXI w.”.

2. Różnorodność koncepcji i perspektyw badawczych

Lingwistyczne badania dotyczące odmiany językowej związanej z mediami wyróżnia ewolucyjność, a więc zmienność przedmiotowa i metodologiczna wielonurtowość; typowe są dla nich też zmiany optyki badawczej motywowane przeobrażeniami samych mediów, reorientacjami metodologicznymi w ramach dyscypliny bazowej (językoznawstwa, a zwłaszcza stylistyki) oraz kierunkami nawiązań do dyscyplin sąsiedzkich w ramach nauk o mediach. Terminologiczna i pojęciowa labilność może być interpretowana jako wyraz troski o każdą ścieżkę dostępu do nieustabilizowanego przedmiotu badań, wymuszającego – rzecz można – modyfikację postaw badawczych. Związki z kilkoma subdyscyplinami, a w szczególności z tekstologią czy genologią, owocują modyfikacją punktów widzenia i perspektyw poznawczych, sytuując styl w kontekście dyskursu i gatunku, co w znaczącym stopniu wpływa na sposób nominacji oraz konceptualizacji przedmiotu badań.

Ujednolicenia koncepcji nie przynosi sytuowanie badań lingwistycznych nad mediami w ramach mediolingwistyki, ujmowanej transdyscyplinarnie (Skowronek 2019: 21–33). Wypracowane w jej ramach pola badawcze nie preferują problematyki stylu. Dominującym obszarem badań jest medialny obraz świata, łączony z kategorią dyskursu medialnego i jego subdyskursami. Reorientacja metodologiczna i zwrot w stronę multimediów mają, jak dotąd, przede wszystkim charakter postulatywny (por. Witosz 2012: 155–166). W ramach stylistyki nie wypracowano jeszcze adekwatnego instrumentarium, pozwalającego charakteryzować semiotyczną złożoność komunikatów medialnych. Nadzieję na zmiany przynosi koncepcja mediolingwistyki otwartej i wyodrębniania w jej ramach stylistyki mediów (Kępa-Figura 2024: 99–111).

Ujęcia *stricte* stylistyczne wyróżniają się ewolucyjnym charakterem modyfikowania koncepcji. Da się tu wyodrębnić dwa zasadnicze typy prezentacji: dyferencjalny i deskryptywny. Pierwszy sytuuje opis zjawisk stylowych w ramach charakterystyki odmian polszczyzny. Zwraca się uwagę na heterogeniczność stylu (nacisk kładziony jest na genezę środków językowych – potocznych, artystycznych, urzędowych i niewielką liczbę wyróżników). Metafora *tygla stylowego* odsyła do chaotycznego mieszania stylów i środków, zmienności układów wyróżników oraz modyfikacji ich funkcji – odpowiednio do rytmu przemian samych mediów. Perspektywa deskryptywna pozwala sytuować styl na niższym poziomie konkretyzacji, łączyć go z kategorią dyskursu i gatunku,

dostrzegać antynomiczny charakter cech oraz otwarte zasoby wykładników, ponieważ nie liczy się geneza użytych środków, lecz ich funkcja.

Literatura

- Gajda S., 2012, Media – stylowy tygiel współczesnej polszczyzny. – *Język w mediach. Antologia*, red. M. Kita, I. Loewe, Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, s. 15–23.
- Kaszewski K., 2018, *Media o sobie. Językowe elementy autopromocyjne w przekazach informacyjnych prasy, radia i telewizji*, Warszawa: Semper.
- Kępa-Figura D., 2024, Stylistyka mediów jako dział mediolingwistyki otwartej. – *Teksty. Konteksty. Podteksty*, red. Z. Bilut-Homplewicz, A. Hanus, W. Kochmańska, A. Mac, B. Drozd, Rzeszów: Wydawnictwo Uniwersytetu Rzeszowskiego, s. 99–111.
- Kita M., 2010, Składniki językowego tygla medialnego. – *Przeobrażenia w języku i komunikacji medialnej na przełomie XX i XXI wieku*, red. M. Karwatowska, A. Siwiec, Chełm: Wydawnictwo Drukarnia Best Print, s. 273–283.
- Kita M., 2017, Pozycja odmiany medialnej wśród innych odmian językowych polszczyzny, „*Studia Medioznawcze*”, 1, s. 67–74.
- Kita M., Loewe I., 2012 i 2014, *Język w mediach*, Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego.
- Kita M., Loewe I., 2016, *Język w telewizji*, Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego.
- Kita M., Loewe I., 2016, *Język w Internecie*, Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego.
- Kita M., Loewe I., 2018, *Język w radiu*, Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego.
- Kita M., Loewe I., 2019, *Język w prasie*, Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego.
- Kurkowska H., Skorupka S., 1959, *Stylistyka polska. Zarys*, Warszawa: Państwowe Wydawnictwo Naukowe.
- Skowronek B., 2019, Mediolingwistyka w Polsce. Próba podsumowania. – *Współczesne media. Problemy i metody badań nad mediami*, red. I. Hofman, D. Kępa-Figura, Lublin: Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, s. 21–33.
- Szczurek E., 1995, Styl publicystyczny. – *Przewodnik po stylistyce polskiej*, red. S. Gajda, Opole: Uniwersytet Opolski – Instytut Filologii Polskiej, s. 363–396.
- Wilkoń A., 2000, *Typologia odmian współczesnej polszczyzny*, Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego.
- Witosz B., 2012, O potrzebie perspektywy multimedialnej w badaniach stylistycznych. – *Transdyscyplinarność badań nad komunikacją medialną*, t. 1: *Stan wie-*

- dzy i postulaty badawcze*, red. M. Kita, M. Ślawska, Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, s. 155–166.
- Wojtak M., 2015, *Rozłożone gazety. Studia z zakresu prasowego dyskursu, języka i stylu*, Lublin: Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej.
- Wojtak M., 2019, O lingwistycznych fundamentach badań medioznawczych – zarys problematyki. – *W poszukiwaniu fundamentów nauk o mediach*, red. K. Wolny-Zmorzyński, A. Lewicki, Wrocław: Oficyna Wydawnicza Atut, s. 45–56.
- Wojtak M., 2024, O stylu medialnym jako odmianie współczesnej polszczyzny. – *Zielonogórskie seminaria językoznawcze. Słowo – forma, treść, użycie*, red. M. Hawrysz, M. Jurewicz-Nowak, I. Kotlarska, Zielona Góra: Wydawnictwo Uniwersytetu Zielonogórskiego, s. 203–221.
- Żydek-Bednarczuk U., 2004, Zmiany w zachowaniach komunikacyjnych a nowe odmiany językowe (odmiana medialna). – *Współczesne odmiany języka narodowego*, red. K. Michalewski, Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, s. 99–106.

Media style

In Polish stylistics, the linguistic variety associated with the media, initially limited to the press, was described using the terms style, language, or discourse. The choice of terminology depended on the prevailing cognitive perspective within stylistic research.

Descriptions framed in terms of style (particularly journalistic style) tended to emphasise the connections between media language and other functional styles – artistic, colloquial, and official – thereby suggesting a lack of clearly distinctive features. Over time, however, Stanisław Gajda's influential proposal to conceptualise media language as a stylistic melting pot gained widespread acceptance.

The term media language (or language in the media) initially implied a focus on linguistic correctness in media discourse. Gradually, however, it came to encompass the study of communication practices specific to individual media platforms. This shift marked a transition toward a discursive research perspective.

Strictly stylistic approaches may be either differential or descriptive. The melting pot metaphor highlights the chaotic blending of diverse stylistic elements. The descriptive approach, by contrast, situates style at a lower level of concretisation, linking it to the categories of discourse and genre. It acknowledges the antinomic nature of stylistic features and the open-ended repertoire of linguistic markers, focusing not on the origin of linguistic means, but on their communicative function.

Keywords: *style, linguistic stylistics, stylistic synthesis stylistics, media style, Polish language*

