

Mgr **Ewa Bulisz**

UMCS Lublin

e-mail: ewa.bulisz@wp.pl

Realizacje konwencji gatunkowych w polskiej prasie typu *people* (na przykładzie dwutygodnika „Viva!”)¹

Podstawowym mechanizmem uruchamiającym całą gamę przeobrażeń gatunkowych charakterystycznych dla wszystkich czasopism specjalistycznych (oraz hobbystycznych) jest **redukcjonizm genologiczny**². Pojęcie to wniosła do genologii lingwistycznej Maria Wojtak dla określenia zjawiska pomijania wybranych form gatunkowych (typowych dla prasy ogólnej), wprowadzania w ich miejsce nowych oraz zmiany ich hierarchii³. Redukcjonizm genologiczny w różny sposób uwyrażnia się w poszczególnych typach czasopism.

Celem niniejszego szkicu jest przedstawianie wpływu redukcjonizmu genologicznego na ukształtowanie konwencji gatunkowych charakterystycznych dla prasy plotkarskiej. Za materiał badawczy⁴ posłużył popularny dwutygodnik „Viva!”, mieszczący się w tzw. segmencie prasy typu *people*. Magazyn koncentruje swój przekaz na powiadamianiu o życiu znanych osób ze świata show-biznesu. Na łamach periodyku dominują sylwetki prasowe, które na poziomie schematów gatunkowych wyróżniają się bogactwem odmian i form gatunkowych nawiązujących do różnych konwencji.

¹ Druk publikacji został sfinansowany przez Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie w ramach grantu Wydziału Humanistycznego.

² Por. wpływ redukcjonizmu genologicznego w różnych typach prasy: a) motoryzacyjnej: M. Wojtak, *Gatunki mowy charakterystyczne dla prasy motoryzacyjnej*, „Prace Językoznawcze” 2006, z. 8, s. 61–77; b) regionalnej: Eadem, *Gatunkowa wielokształtność tekstów z „Dziennika Wschodniego”*, [w:] *Media lokalne w świecie wolności i ograniczeń*, red. I. Borkowski A. Woźny, Wrocław 2003, s. 50–60; c) poradnikowej: E. Bulisz, *Redukcjonizm genologiczny we współczesnej prasie poradnikowej dla kobiet*, „Stylistyka” 2014, t. XXIII, s. 397–414.

³ M. Wojtak, *Styl dziennikarstwa prasowego w perspektywie dyskursywnej*, [w:] *Styl – Dyskurs – Media*, red. B. Bogołębska, M. Worsowicz, Łódź 2010, s. 85.

⁴ Podstawa materiałowa, ze względu na ogromne bogactwo, została ograniczona wyłącznie do najnowszych wydań „Vivy!” z 2015 roku (numery: 1–10).

„Viva!” jest nieprzerwalnie wydawana od 1997 roku przez koncern Edipresse Polska. Według corocznie publikowanych raportów Związku Kontroli Dystrybucji Prasy średni nakład czasopisma nigdy nie spadał poniżej dwustu pięćdziesięciu tysięcy egzemplarzy⁵. Stała popularność magazynu oraz brak opracowań tego materiału pozwala traktować go jako atrakcyjny obszar badań.

Konwencje gatunkowe, typowe dla „Vivy!”, uwyrażniają się w lingwistycznej analizie genologicznej zorientowanej medioznawczo. Aby zaprezentować zróżnicowane bogactwo owych konwencji, odwołuję się do czteroaspektowego modelu opisu gatunku zaproponowanego przez Marię Wojtak⁶.

Przyjęta optyka badawcza uwzględnia strukturalną, komunikacyjną, poznawczą i stylistyczną charakterystykę wzorca gatunkowego. Zgodnie z przyjętymi założeniami teoretycznymi, w ogólnym opisie poszczególnych gatunków i odmian gatunkowych, w **aspekcie strukturalnym** będę analizowała architekturę tekstów prasowych (podział na segmenty i relacje między poszczególnymi komponentami tekstu), w **aspekcie poznawczym** – medialnie wyprofilowany sposób prezentowania świata przedstawionego, w **aspekcie pragmatycznym** – intencje nadawcy i odbiorcy oraz inne komunikacyjne uwikłania, które łącznie z aspektem poznawczym i strukturalnym decydują o zaistnieniu ostatniego z aspektów, tj. **stylistycznego**, związanego z użyciem środków językowych.

Wymienione składniki opisu (struktura, tematyka, pragmatyka i stylistyka) decydują o zmienności (nie trwałości) wzorca gatunkowego, który w praktyce komunikacyjnej może zyskiwać różne warianty i występować w postaci wzorca kanonicznego, wzorców alternacyjnych lub adaptacyjnych⁷. Wzorec kanoniczny rzadko znajduje odzwierciedlenie w realizacjach tekstowych charakterystycznych dla prasy, ponieważ zawiera najbardziej trwałe wyznaczniki strukturalne, poznawcze, pragmatyczne i stylistyczne. Wzorce alternacyjne powstają w efekcie ilościowych lub jakościowych modyfikacji owych wyznaczników, natomiast wzorce adaptacyjne – w wyniku zapożyczeń innych schematów gatunkowych.

W „Vivie!” frekwencyjnie dominują realizacje tekstowe odbiegające od klasycznych gatunków, uznawanych za kanoniczne. Najczęściej nawiązują one do

⁵ Opracowanie własne na podstawie danych dostępnych na oficjalnej stronie ZKDP: www.zkdp.pl/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=8&Itemid=4&lang=pl [dostęp: 11 maja 2015].

⁶ Narzędzia wypracowane przez M. Wojtak były wykorzystane w interpretacji nie tylko gatunków prasowych, lecz także innych typów tekstów, m.in. testamentu: A. Dunin-Dudkowska, *Testament jako zwierciadło kultur. Polsko-amerykańskie studium komparatystyczne*, Lublin 2014; konstytucji: E. Malinowska, *Konstytucja jako gatunek tekstu prawnego*, Opole 2012; podręcznika: J. Nocoń, *Podręcznik szkolny w dyskursie dydaktycznym – tradycja i zmiana*, Opole 2009; felietonu: M. Pietrzak, *Wyznaczniki gatunkowe felietonu drugiej połowy XIX wieku na przykładzie tekstów Henryka Sienkiewicza, Bolesława Prusa i Aleksandra Świętochowskiego*, Łódź 2013.

⁷ Zob. M. Wojtak, *Gatunki prasowe*, Lublin 2004, s. 16–28.

obcych modeli gatunkowych. Redukcjonizm genologiczny w prasie typu *people* polega na szczególnym uprzywilejowaniu **sylwetki prasowej**⁸, która „jawi się jako genologiczna osobliwość, z tego powodu, że nie zdołała zastygnąć w jednej formie”⁹ i jest gatunkiem opartym wyłącznie na adaptacjach. Zjawisku temu towarzyszy **poszerzenie zbioru form gatunkowych o nowe odmiany**, które na poziomie schematów funkcjonują jako gatunki w formie kolekcji lub kolekcje gatunków¹⁰, zaś na poziomie realizacji przyjmują kształt kolaży lub serii¹¹. Przyjrzyjmy się zatem konwencjom gatunkowym typowych dla „Vivy!” realizacji sylwetki.

Zapowiedzi z okładek i ze spisu treści, czyli sylwetki-anonse

Status gatunku szczególnego, ze względu na usytuowanie na pierwszej stronie, zyskuje zapowiedź nazywana anonsem lub zajawką. W przeciwieństwie do gazet codziennych i hobbystycznych czasopisma typu *people* eksponują na okładce (poza zdjęciem) imię i nazwisko lub pseudonim gwiazdy (ilustracja 1). Najczęściej bohaterami poszczególnych wydań są aktorzy, piosenkarze, modelki, sportowcy, politycy, artyści, pisarze, dziennikarze i prezenterzy telewizyjni oraz celebryci¹². Przedmiotem anonsowania są wywiady i sylwetki medialnych idoli.

Zazwyczaj zapowiedzi z okładek przybierają formę lakonicznego sygnału pozbawionego odsyłacza do strony, na której znajduje się anonsowany tekst. Zwięzłość komunikatów wynika z wyeksponowania materiału ikonograficznego, który wypełnia całą okładkę.

W przeciwieństwie do kobiecej prasy poradnikowej i *lifestylowej*¹³ „prasa typu *people* nie eksponuje tak zdecydowanie interakcyjnego stylu komuniko-

⁸ Obszerne rozważania związane ze statusem genologicznym sylwetki prasowej znajdujemy w monografii M. Wojtak (ibidem, s. 120–165). Szczegółowe analizy sylwetek zostały przedstawione i rozwinięte w kilku rozprawach, m.in.: Eadem, *Wyznaczniki gatunkowe sylwetki prasowej*, „Stylistyka” 2003, t. XII, s. 259–278; E. Bulisz, *Sylwetki kobiet publikowane w tygodniku „Wysokie Obcasy”*, [w:] *Kobiety w sferze publicznej. Teoria i praktyka*, red. M. Pataj, Toruń 2015, s. 165–182; Eadem, *Ku pamięci – nienekrologicznie*, „Acta Humana” 2014, DOI: <http://dx.doi.org/10.17951/ah.2014.5.197>, s. 197–209.

⁹ M. Wojtak, *Gatunki prasowe*, op. cit., s. 120.

¹⁰ Więcej o gatunkach w formie kolekcji i o kolekcjach gatunków zob. Eadem, *Gatunek w formie kolekcji a kolekcja gatunków*, „Poznańskie Spotkania Językoznawcze” 2006, t. XV, s. 143–152. Autorka rozwija tę koncepcję w innych publikacjach.

¹¹ Więcej o rodzajach kolaży zob. Eadem, *Kolaże tekstowe jako forma komunikacji publicystycznej*, „Studia Językoznawcze” 2003, s. 9–27.

¹² Por. W. Godzic, *Znani z tego, że są znani. Celebryci w kulturze tabloidów*, Warszawa 2007.

¹³ Por. E. Bulisz, *Realizacje konwencji w prasie kobiecej na przykładzie „Poradnika Domowego”*, [w:] *Młodzi o języku*, red. M. Kresa, Warszawa 2014, s. 23–35; Eadem, *Gatunki paratekstowe w magazynie „Women’s Health”*, [w:] *Media a wartości. Człowiek w mediach*, red. M. Gabryś-Sławińska, K. Dybowska, Biała Podlaska [w druku].



Ilustracja 1. Okładki „Vivy!” (2015, nr 1–10)

Źródło: opracowanie własne.

wania”¹⁴. Redakcja przyciąga uwagę czytelników komunikacją łączącą prezentację z ocenianiem, interpretowaniem i wartościowaniem. Korzystając z instrumentarium pojęciowego M. Wojtak, zapowiedzi z okładek „Vivy!” uznają za sylwetki-anonse, czyli „odmiany gatunkowe, które przedstawiają określoną osobę w pozytywnym świetle, zachęcając jednocześnie do lektury innego tekstu”¹⁵. Oto stosowne przykłady:

Odmieniona! Weronika Rosati

Co ją zmieniło, o co walczy, o czym marzy? [2/2015]¹⁶

Stylowa Agnieszka Szulim

Jak grzeczna dziewczyna została... seksbombą

Sprawdza Ola Kwaśniewska [6/2015]

¹⁴ Zob. o interakcyjnym stylu komunikowania: M. Wojtak, *Interakcyjny styl komunikowania w prasie kobiecej*, [w:] *Teksty kultury. Oblicza komunikacji XXI wieku*, red. J. Mazur, M. Rzeszutko-Iwan, t. 1, Lublin 2006, s. 115–128; Eadem, *Interakcyjny styl komunikowania we współczesnej prasie (na przykładzie prasy młodzieżowej)*, [w:] *Style konwersacyjne*, red. B. Witosz, Katowice 2006, s. 119–129.

¹⁵ Eadem, *Gatunki prasowe*, op. cit., s. 130.

¹⁶ W niniejszym artykule przyjmuję następujący sposób lokalizacji cytatów: pierwsza cyfra oznacza numer czasopisma, zaś druga – rok wydania. Podkreślenia i pogrubienia w przywołanych cytatach są odautorskie.

50-tka jest sexy!

Agata Młynarska walczy ze stereotypami, wychodzi za mąż, jest babcią i... nosi mini [9/2015]

Zauważalną tendencją w sposobie redagowania zapowiedzi z okładek jest wprowadzanie formuł nadających anonsowanemu tekstowi znamiona wyjątkowości i niepowtarzalności:

Komisarz **Elżbieta Bieńkowska**

Ile kosztuje ją szczerłość

Pierwsza taka rozmowa [1/2015]

Małgorzata Kalicińska

Po raz pierwszy o niezwyklej tajemnicy rodzinnego domu [2/2015]

Ponadto mogą one przybierać kształt wypowiedzi intrygujących i zagadkowych. Służy temu wprowadzanie do zapowiedzi konstrukcji dialogowych i pytań:

Mama czy gwiazda?

Joanna Brodzik

Nie zmienia priorytetów! [4/2015]

Dlaczego ona to robi?

Joanna Horodyńska

Kobieta, która wstrząsnęła polską modą [7/2015]

Kolejne wyzwanie!

Ewa Chodakowska

Czym nas jeszcze zaskoczy najsłynniejsza polska trenerka? [9/2015]

Jednak najczęściej sylwetki-anonse tworzone są szablonowo z krótkich cytatów, które z reguły pochodzą z wywiadów zamieszczonych w danym czasopiśmie. „Oddawanie głosu”¹⁷ medialnym bohaterom znacznie poszerza zakres wielostylowości anonsów. Przytoczone wypowiedzi zyskują charakter perswazyjny:

Śmierć to lekarstwo na życie

Krzysztofa Krauze Opowieść o wielkim człowieku i wielkim reżyserze [2/2015]

¹⁷ Zob. koncepcję głosów: M. Wojtak, *Głosy z teraźniejszości. O języku współczesnej polskiej prasy*, Lublin 2010.

Kobiecość jest moją siłą

Kinga Rusin Co zawdzięcza rodzicom i dlaczego ceni sobie życie z mężczyzną [10/2015]

Biorąc pod uwagę aspekt poznawczy, czyli sposób ujęcia tematu, można dostrzec, że w prasie typu *people* następuje wyraźna selekcja podejmowanych zagadnień. Jest to także charakterystyczna cecha prasy plotkarskiej, np. „Party” czy „Show”¹⁸. Od pozostałych magazynów plotkarskich „Vivę!” wyraźnie odróżnia przede wszystkim przedstawianie informacji o życiu gwiazd w pozytywnym świetle, często z punktu widzenia osoby prezentowanej. Z czego to wynika? Na okładkach „Vivy!” dominują zapowiedzi wywiadów, które podlegają autoryzacji. Normy prawne nie tylko chronią dobra osobiste gwiazdy udzielającej wywiadu, ale także pośrednio wpływają na treść komunikatu i na jego ukształtowanie stylistyczne. Analiza zapowiedzi wywiadów pozwala wstępnie wyodrębnić trzy kategorie poznawcze najczęściej prezentowane na okładkach periodyku (do analiz wywiadów powrócę w dalszej części artykułu):

a) relacje rodzinne i związki:

Beata Tadla z synem

Jasiek moja miłość

O macierzyństwie, przyjaźni i trudnym dojrzewaniu [1/2015]

Grażyna Szapalska & Katarzyna Jungowska w trudnej rozmowie

Jak wybaczyć błędy matce i zaakceptować wybory córki [7/2015]

b) życie zawodowe, kariera i inne formy działalności:

Janusz Majewski

Wraca do łódzkiej szkoły filmowej [4/2015]

Życie po telewizji

Bogumiła Wander

Ikona szklanego ekranu o kulisach pracy i trudnej miłości [2/105]

c) podróże, upodobania oraz pasje:

Moja Afryka **Omena Mensah** w niezwykłej podróży do kraju przodków [4/2015]

¹⁸ Por. E. Bulisz, *Medialny obraz świata kreowany przez prasę plotkarską (na przykładzie analizy dwutygodników „Party” oraz „Show”)*, [w:] *Współczesne media. Medialny obraz świata*, t. 2: *Studium przypadku*, red. I. Hofman, D. Kępa-Figura, Lublin 2015, s. 57–72.

Agata Tuszyńska Toronto miasto miłości Miasto wspomnień [6/2015]

Zakres podejmowanych wątków na łamach „Vivy!” jest znacznie węższy niż w innych czasopismach plotkarskich, takich jak „Party” czy „Show”. W magazynie „Viva!” to medialni bohaterowie wyznaczają granice informowania o ich osobistym życiu, chociaż zdarzają się wyjątki od tej reguły.

Zapowiedzi anonsujące sylwetki w formie wzmianek, notatek czy wiadomości rzadko pojawiają się na okładkach i mają inny charakter niż te, które odnoszą się do wywiadów. Najczęściej przyjmują one konwencję plotki i sensacji. Oto przykłady ilustrujące tę obserwację:

a) domniemane romanse:

Tajemnice uwodzicielki

Nowe rewelacje z miłosnej przeszłości **Carli Bruni** [9/2015]

Izabela i Kazimierz Marcinkiewicz

Kulisy związku i rozstania [3/2015]

b) osobiste kłopoty i rozterki gwiazd:

Céline Dion Ostatnia walka o życie męża [9/2015]

Michael Schumacher Ostatnia walka mistrza [1/2015]

Jak wynika z przedstawionych analiz, kształt zapowiedzi z okładki zależy od tego, jaki gatunek wypowiedzi reprezentuje anonsowany tekst¹⁹. Wspomniany składnik gatunkowy jest zatem zachowany.

Spis treści w czasopiśmie „Viva!” tworzą trzy działy: *Ludzie, Co dwa tygodnie* oraz *Viva! Styl*. Pierwszy odnosi się do stałego cyklu wywiadów. Drugi, najbardziej rozbudowany, dzieli się na dwa podrzędne działy: *Światowe życie* (segment składający się ze wzmianek i notatek informujących o nowinkach w show-biznesie) oraz *Alfabet towarzyski* (poświęcony relacjom z uroczystości, na których bywają gwiazdy, m.in. takich, jak festiwale, koncerty, pokazy mody, konferencje prasowe, bale charytatywne, premiery filmowe i teatralne). Ostatni dział prezentuje najnowsze trendy w modzie, urodzie i gotowaniu.

Zapowiedzi ze spisu treści, podobnie jak te z okładek, przyjmują formę sylwetek-anonsów. Można je uznać za kolejny przejaw odsyłania do tekstów właściwych

¹⁹ Por. M. Wojtak, *Wyznaczniki gatunkowe zapowiedzi*, [w:] *Nowe media. Nowe w mediach*, red. I. Borkowski, A. Woźny, Wrocław 2001, s. 53–67.

oraz dalszy ciąg prezentacji portretowanej osoby. Oto wybrany przykład z numeru 3 z 2015 roku:

- Zapowiedź z okładki:** Liczy się tylko życie! Kora w poruszającej rozmowie o walce z rakiem, zmianie priorytetów i spełnianiu marzeń
- Zapowiedź ze spisu treści:** 6 na okładce KORA
O wolności, przekraczaniu granic, chorobie, która zmienia perspektywę i smakowaniu życia. [3/2015]

Zapowiedź z okładki w istocie jest powtórzeniem informacji zawartych w wypowiedzi ze spisu treści, częściowo w zmienionej wersji leksykalnej i stylistycznej. Sylwetki-anonse ze spisu treści nie wychodzą poza opisane już konwencje gatunku, w związku z tym pozostawiam je bez analizy i interpretacji. Warto jednak przyrzeć się komunikatom stowarzyszonym z samym spisem treści. Są to wypowiedzi gwiazd z wywiadów zamieszczonych w magazynie. Mogą one występować jako:

a) cytaty właściwe:

s. 30: Bogumiła Wander

„Zakočałam się nieprzytomnie. Krzysztof narzekał na mnie, bo nie chciałam odejść od męża. Czczałam, aż syn dorośnie”. [2/2015]

b) cytaty w formie repliki dialogowej:

s. 46: Najsztub pyta Margaret

Najsztub: „Studiujesz projektowanie ubioru, czemu nie studia muzyczne?”

Margaret: „Zdawałam w Warszawie do szkoły jazzowej. Tylko, gdy śpiewam, opada mi jedna powieka. Egzaminatorka [...] powiedziała, że nie może na mnie patrzeć i mam wyjść”. [8/2015]

c) komentarz redaktora w wykorzystaniu cytatu:

s. 44: Agnieszka Szulim

Nie rozplywa się w zachwytach nad sobą. Ale nie jest też przesadnie skromna. „Mam pełną świadomość, że jestem atrakcyjną osobą [...]”, twierdzi. Żeby lepiej wyglądać, powiększyła sobie biust. O czym mówi całkiem otwarcie. [6/2015]

Przywołane wypowiedzi są utrzymane w konwencji zwierzenia, osobistego wyznania, co ma zachęcić do lektury tekstu właściwego. Magazyn „Viva!” preferuje taką formę komunikacji. Cytaty stowarzyszone ze spisem treści służą nie tylko

lokalizacji zapowiadanego komunikatu, ale także współtworzą kolekcję gatunków powiązanych wspólną funkcją, jaką jest prezentacja wizerunku określonej osoby. Przyświecająca zapowiedziom kanonicznym funkcja powiadomienia o innym tekście w prasie typu *people* ulega transformacji, co jest kolejnym przejawem alternacji jakościowych typowych dla czasopisma „Viva!”.

Sylwetki w formie wzmianek seryjnych, notatek stowarzyszonych i wiadomości wspomnieniowych

Dział *Co dwa tygodnie* jest poświęcony aktualnym wydarzeniom w show-biznesie. Redakcja dwutygodnika „Viva!” na bieżąco informuje w nim o nowinkach w życiu gwiazd i celebrytów. W tym celu sięga po gatunki uznawane za typowo informacyjne, takie jak wzmianki i notatki, które idealnie nadają się do powiadamiania o pojedynczych faktach i zdarzeniach.

W magazynie „Viva!”, podobnie jak w prasie ogólnej, wzmianki często występują w seriach (od czterech do pięciu)²⁰. Pod względem strukturalnym jednak znacznie odbiegają one od swych kanonicznych odpowiedników, ponieważ ulegają przekształceniom ilościowym i jakościowym. Redukcji podlegają tytuły poszczególnych tekstów. Wszystkie wzmianki zgrupowane są pod jednym tytułem: *VIP NEWS*, który jest jednocześnie tytułem cyklu. Funkcję quasi-tytułów pełnią imiona i nazwiska gwiazd (wyróżnione specjalną czcionką), zamieszczone na początku lub w środku jednoakapitowego korpusu. Przekształcenia jakościowe uwyraźniają się w analizie pragmatycznej, stylistycznej i semantycznej głównego segmentu:

VIP NEWS

To może być romans stulecia. **RIHANNA I LEONARDO DICAPRIO** są parą. Takie plotki pojawiły się już po sylwestrze, którego oboje spędzili na wyspie St. Barth. Ostatnio Leo wyprawił Rihannie 27. urodziny. Dziennikarze czekają na ciąg dalszy. „Nareszcie to nie 22-letnia modelka od bielizny”, cieszy się „Vanity Fair”.

Na tę posadę ostrzyły sobie zęby szafiarki, stylistki i celebrytki. Ale to nie Sara Boruc, nie Agnieszka Popielewicz, a nawet nie Kasia Tusk wygrały tę konkurencję. Program „Shopping Queen” w Polsat Café poprowadzi **JOANNA HORODYŃSKA**. Znana z ciętego języka stylistka [...].

²⁰ Zob. Eadem, *Wzmianka jako gatunek wypowiedzi prasowej*, [w:] *Język polski. Współczesność. Historia*, red. W. Książek-Bryłowa, H. Duda, Lublin 2003, s. 161–174; Eadem, *Gatunki prasowe*, op. cit., s. 39–55.

ANNA MUCHA to jedna z najbardziej zajętych mam wśród aktorek. Teraz będzie miała kolejne zajęcie. Jako Gość Dnia będzie się pojawiać w programie Agaty Młynarskiej „Świat się kręci”. Annę zobaczymy co najmniej raz w miesiącu [...]. Jak ona to godzi? „Muszka lubi pracę, a praca lubi ją”, śmieje się przyjaciółka aktorki. [6/2015]

Alternacyjne warianty wzorców gatunkowych poszerzają zasób stosowanych przez redaktorów środków stylistycznych. Zwiększeniu atrakcyjności wypowiedzi sprzyja obrazowość i sugestywność (*romans stulecia*, *Dziennikarze czekają na ciąg dalszy*), sięganie do polszczyzny potocznej (*posada*) oraz frazeologizmów (np. *ostrzyć zęby*, *cięty język*), a także przywoływanie cytatów (*Muszka lubi pracę, a praca lubi ją*) czy pytań retorycznych (*Jak ona to godzi?*) i niedopowiedzeń (*choć...*). Redaktorzy odwołują się do różnych sposobów komunikowania: przez przypuszczenie lub bezpośrednio wyrażanie opinii i ocen nadają wypowiedziom charakteru plotki²¹ (co sami potwierdzają: *Takie plotki pojawiły się już po sylwestrze*).

Wzmianki zyskują charakter opisowo-oceniający. Powiadomienia ograniczają się do prezentacji faktów z życia medialnych bohaterów (informowania o ich prywatnych i zawodowych poczynaniach). Na potrzeby takiej komunikacji prasa typu *people* wykształciła własną odmianę gatunkową, czyli sylwetkę w formie wzmianek seryjnych. Sugestywny charakter oraz upotocznienie stylu wypowiedzi pozwalają postrzegać analizowane komunikaty jako sylwetki w formie wzmianek z dominantą publicystyczną.

Kolejnym przejawem modyfikacji reguł gatunkowych charakterystycznych dla prasy ogólnej jest pomijanie w czasopismach typu *people* wzmianek autonomicznych. W ich miejscu pojawiają się komunikaty, które można traktować jako sylwetki w formie notatek. Redaktorzy „Vivy!” sięgają po sylwetkę z dominantą publicystyczną lub (rzadziej) biograficzną. Tego typu komunikaty są zwykle obudowane bogatym materiałem fotograficznym.

Proces dostosowania notatki do roli sylwetki polega na szablonowym tworzeniu nadtytułu z imienia i nazwiska gwiazdy, gdyż to wokół niej jest „zbudowany” przekaz. Tytuły właściwe w zwięzły sposób charakteryzują osobę portretowaną (*WERONIKA ROSATI Ikona stylu!* [6/2015], *MACIEJ MUSIAŁ Idol nastolatek!* [7/2015], *AMAL CLOONEY Królowa stylu* [9/2015]) lub informują o jakimś wydarzeniu w życiu danej gwiazdy (*JOHNNY DEPP I AMBER HEARD Wzięli ślub!* [4/2015], *EDYTA HERBUŚ I MARIUSZ TRELIŃSKI Debiut w Nowym Jorku* [3/2015], *ALICJA BACHLEDA-CURUŚ Zachwyciła w nowej roli* [9/2015]). Najczęściej tytuły sylwetek w formie notatek nawiązują swoją stylistyką do prze-

²¹ Więcej o plotce zob. P. Iwańczyk, *Plotka, pogłoska, pomówienie w języku polskim*, [w:] *Plotka i kłamstwo w języku i w kulturze*, red. M. Baran-Łaszkiwicz, S. Niebrzegowska-Bartmińska, S. Wasiuta, Lublin 2010, s. 11–21.

kazu zagadkowego i intrygującego (*ANNA LEWANDOWSKA Co z tym dzieckiem?* [1/2015], *ANNA MUCHA I MARCEL SORA Co z tym ślubem?* [3/2015], *KSIĘŻNA CATHERINE Skąd ten smutek?* [6/2015]).

Sylwetki w formie notatek mają szablonową konstrukcję, co nie oznacza, że realizują wzorzec kanoniczny. Ze względu na bogate zróżnicowanie tematyczne i pragmatyczne można je uznać za wersje alternacyjne. Zmiany ilościowe (dodanie składnika, jego redukcja lub substytucja) są widoczne w warstwie informacyjnej, np. rzadko notatki powiadamiają o pojedynczym fakcie (mechanizm dodania). Bywają mniej lub bardziej zbliżone do konwencji życzeń lub plotki zawierającej sensacyjne doniesienia z prywatnego życia.

Korpus sylwetki w formie notatki ma najczęściej charakter informująco-komentujący, zawiera liczne formy wartościujące. Aby zilustrować tę obserwację, przywołam konkretny przykład:

DANUTA SZAFIARSKA

200 lat!

Jest wiecznie zapracowana. A przecież w lutym Danuta Szaflarska skończy 100 lat! Aktorka jednak ani myśli odpoczywać. Właśnie zagrała w filmie „Między nami dobrze jest” w reżyserii Grzegorza Jarzyny i wzięła udział w uroczystej premierze. Danuta Szaflarska żartuje, że jest tak stara, jak kino. Przynajmniej polskie. Po raz pierwszy pojawiła się na ekranach w „Zakazanych piosenkach” w 1946 roku. Ma na koncie wiele ciekawych ról filmowych i teatralnych, za które wielokrotnie była nagradzana – dwa razy była laureatką Orłów, raz Złotej Kaczki i trzy razy Złotych Lwów. Aktorce życzymy wszystkiego najlepszego! [3/2015]

Autor powyższej sylwetki uwypukla pozytywne cechy charakteryzowanej osoby (*wiecznie zapracowana, wielokrotnie nagradzana*). W tekście są przywołane informacje z życiorysu bohaterki (debiut filmowy, otrzymane nagrody) oraz przedstawione aktualne wydarzenia, m.in. nowa rola w filmie, premiera i zbliżające się setne urodziny aktorki, które stanowią pobudkę do zredagowania sylwetki. Przekaz nabiera cech humorystycznych (*żartuje, że jest tak stara, jak kino. Przynajmniej polskie*), co go dodatkowo uatrakcyjnia. Wypowiedź wyraźnie nawiązuje do konwencji życzeń urodzinowych, sygnały gatunkowe pojawiają się zarówno w tytule, jak i (dwukrotnie) w samym korpusie. Wypowiedzi towarzyszą zdjęcia z podpisaniami, które dopełniają prezentację wizerunku aktorki. Analizowane sylwetki, chociaż mają charakter samodzielnych, występują w formie notatek stowarzyszonych, a więc publikowanych w serii i sygnowanych wspólnym tytułem: *Światowe życie*. Jest to kolejny przejaw preferowania kolekcji gatunków.

W magazynie „Viva!” formę wiadomości przyjmują **sylwetki wspomnień**, które informują o śmierci znanej osoby lub są publikowane w rocznicę śmierci. M. Wojtak sylwetkę-wspomnienie traktuje jako oddzielny model gatunkowy, który

od klasycznych sylwetek odróżnia się odmienną poetyką i celem komunikacyjnym, jakim jest chęć upamiętnienia zasług osoby zmarłej i oddanie jej szacunku. Aby pokazać, że prasa o „lekkiej” formule nie stroni od tematów doniosłych i pisanie o wydarzeniach o szczególnym znaczeniu, przywołam bez wnikliwej analizy przykład realizacji sylwetki wspomnieniowej poświęconej Władysławowi Bartoszewskiemu.

- Tytuł:** Niezłomny
- Lid:** Odszedł prawdziwy autorytet. Wszyscy ponieśliśmy stratę. Profesor Bartoszewski był człowiekiem wielkiego serca.
- Korpus:** Wydawał się nieśmiertelny. Niestety, zasnął 24 kwietnia i po kilku godzinach zmarł w szpitalu. Miał 93 lata. Był więźniem Oświęcimia, walczył w Powstaniu Warszawskim, siedział w stalinowskim więzieniu. Mimo tragicznych doświadczeń był pogodnym, uśmiechniętym człowiekiem. Ale słynął z ciętego języka. Potrafił powiedzieć: „Kocham moich rodaków, choć doprowadzają mnie do cholery”. Ostatnie 45 lat mieszkał z żoną Zofią w małym mieszkanku na Mokotowie. Nie dorobił się, nie miał nawet samochodu. Zawsze elegancko ubrany, o co dbała żona. Miał nawet frak, żartował, że położy się w nim do trumny. Pozostał po nim żal.

Podpisy do zdjęć:

- [1] Historyk i polityk. Urodził się 19 lutego 1922 roku. Kawaler Orła Białego. Wyjątkowy człowiek.
- [2] Władysław Bartoszewski do końca życia pracował jako sekretarz stanu w Kancelarii Prezesa Rady Ministrów. Dbał o porozumienie polsko-niemieckie i polsko-żydowskie. [10/2015].

Komunikatowi towarzyszą krótkie podpisy do zdjęć, utrzymane w konwencji biogramu, z których czytelnik dowiaduje się o działalności Władysława Bartoszewskiego. Wypowiedź, chociaż ma niewielkie rozmiary, wpisuje się w konwencję sylwetki w formie wiadomości z dominantą publicystyczną. Autor wysoko ocenia osobowość bohatera sylwetki, na co wskazują liczne leksemy i wyrażenia pozytywnie wartościujące (*autorytet, człowiek wielkiego serca, nieśmiertelny, pogodny, uśmiechnięty, elegancko ubrany, wyjątkowy*). Z komunikatu wyłania się obraz człowieka wybitnego i nietuzinkowego, a jednocześnie skromnego. Redaktor przywołuje wypowiedź Bartoszewskiego, która uzupełnia portret o taką cechę,

jak poczucie humoru. Zabieg ten nie tylko czyni komunikat bardziej atrakcyjnym i wielostylowym, ale także przełamuje konwencję nekrologu.

Modyfikacje korpusu sylwetek w formie wzmianek i notatek w magazynie „Viva!” nie odbiegają od tych, które zostały już opisane w dotychczasowych opracowaniach²², dlatego – ze względu na ograniczone rozmiary artykułu – przejdę do kolejnych analiz.

Wywiad wizerunkowy

W każdym wydaniu „Vivy!” publikowanych jest od czterech do sześciu wywiadów. Ze względu na obszerne rozmiary nie będę przywoływała komunikatów w całości, a jedynie zasygnalizuję wybrane tendencje charakterystyczne dla omawianej odmiany gatunku.

Najważniejszym kierunkiem adaptacji wywiadów są nawiązania do pragmatycznych wyznaczników sylwetki. Ze względu na komunikacyjne umotywowanie przybierają one formę wywiadów wizerunkowych²³. Na powiązania z sylwetką wskazuje wstępnie nadtytuł, który szablonowo złożony jest z imienia i nazwiska osoby udzielającej wywiadu.

Gwiazdy są osobami powszechnie znanymi, czytelnicy wiedzą, czym się zajmują zawodowo i dlatego dziennikarze starają się głębiej zaprezentować osobowość rozmówcy, jego poglądy i przekonania, wizję świata oraz hierarchię wartości. Pytania częściej dotyczą wydarzeń z życia osobistego, pasji i zainteresowań niż podejmowanych działań związanych z wykonywaną profesją.

Małgorzata Kita rozpatruje wywiad prasowy jako „formę interakcji między dwiema osobami o ściśle określonych rolach”²⁴. W analizowanej prasie dziennikarz wchodzi w rolę przyjaciela, któremu bohater wywiadu zwierza się z osobistych kłopotów, kompleksów, marzeń, planów na przyszłość i związanych z nią obaw. Wypowiedzi przyjmują formę wyznania, czasami wręcz szokującego, jak dla przykładu w wywiadzie z Michałem Witkowskim:

- [...] zacząłem brać prozac. On potrafi wyrwać z ciebie marudzenie.
- **Dziś też brałeś antydepresanty?**
- Biorę nieprzerwalnie od 1993 roku. [1/2015]

Zjawiskiem wartym odnotowania jest poszerzenie struktury kanonicznej o dodatkowe składniki, m.in. didaskalia (powiadamiające o okolicznościach przepro-

²² Zob. M. Wojtak, *Gatunki prasowe*, op. cit., s. 133–137.

²³ Zob. więcej o wywiadzie wizerunkowym: E. Bulisz, *Sylwetki kobiet publikowane w tygodniku „Wysokie Obcasy”*, op. cit., s. 174.

²⁴ M. Kita, *Wywiad prasowy – język – gatunek – interakcja*, Katowice 1998, s. 194.

wadzenia wywiadu) czy wyimki w formie cytatów. Rozmowy często przybierają formę wywiadów rozbudowanych²⁵, czyli takich, w których mamy do czynienia z co najmniej dwoma bohaterami.

Stylistyczne wyznaczniki wywiadu zmieniają się wraz z indywidualnym stylem wypowiedzi osoby, z którą jest przeprowadzany wywiad.

Sylwetka w konwencji reportażu

W dziale *Ludzie*, obok stałego cyklu wywiadów, publikowane są sylwetki gwiazd, które przybierają bardzo rozbudowaną formę (zwykle od czterech do sześciu stron), zbliżoną strukturalnie do artykułu. Architektonikę komunikatu tworzy: nadtytuł (imię i nazwisko prezentowanej osoby), tytuł właściwy (oceniający, enigmatyczny, metaforyczny lub o mieszanym statusie), lid (najczęściej komentujący lub opisowy), wieloakapitowy korpus, liczne wyimki oraz podpisy do zdjęć (informujące lub komentujące). Segmentacja tekstu jest kształtowana także przez zastosowanie śródtytułów, których celem jest zaintrygowanie odbiorcy. Mają one najczęściej zagadkowy charakter, co uwyrażnia się w trakcie lektury całości. Aby zaprezentować najważniejsze tendencje w redagowaniu omawianej odmiany sylwetki, odwołam się do konkretnego przykładu:

MONIKA KUSZYŃSKA

W imię miłości

Lid: Przeżyła wielką tragedię. Wypadek przerwał jej karierę. Ale podniosła się, wróciła do śpiewania. Dziś o Monice Kuszyńskiej mówi cała Polska [...]

Korpus: Wrzesień 2014. Monika jedzie samochodem ze swoim mężem [...]. Dzwoni telefon z telewizji. Zapraszają na rozmowę. „Ani przez moment nie pomyślałam, że może chodzić o udział w Eurowizji”, śmieje się Monika. [...] **REKA PRZEZNACZENIA** Dzień przed wypadkiem w maju 2006 roku Monika jest spięta jak nigdy. Śpiewa w Miliczu z Varius Manx, mówi do menadżerki: „Czuję się, jakby to był ostatni koncert w moim życiu”. Następnego dnia wsiada do dżipa [...]. Zwykle siada z tyłu, ale tym razem kolega zachęca: „Usiądź z przodu” [...]. Siada obok kierowcy. Ta decyzja zmieni jej całe życie. Gdy [...] samochód uderzy w drzewo, jej kręgosłup tego nie wytrzyma. Okrutny żart losu? Czy ręka przeznaczenia? [...] **ZIMNE LAMPY** Potem głosy ratowników, zgrzyt ciętej blachy, helikopter do Wrocławia. I zimne światło szpitalnych lamp. [...] Pięć operacji, niekończąca się rehabilitacja. [...] **OBUDZONA** Kim była przed wypadkiem? Młoda, próżną wokalistką, która chciała zabłysnąć w Opolu [...]. Jej życie sprzed wypadku okryła mgła. [...] „Ten wypadek mnie obudził”. Do czego? Dojrzała.

²⁵ Zob. o wywiadzie rozbudowanym: E. Bulisz, *Metamorfozy struktury wywiadu w tygodnikach opinii*, [w:] *Współczesne media. Media informacyjne*, red. I. Hofman, D. Kępa-Figura, Lublin [w druku].

Dzisiaj po koncertach przychodzą do niej ludzie i mówią: „Pani daje mi siłę”. [...] Anna Dymna [...] mówi o Monice: „Bohaterka naszych czasów” [...]. MIASTO ANIOŁÓW Monika jedzie do Bielska [...] Tam pozna ludzi, którzy pomogą jej wrócić do śpiewania. ŚPIEWAŁAM DO KIJA Od dziecka ma pociąg do mikrofonu. [...] Kilkanaście lat później robi karierę z Varius Manx. WIATR OD MORZA Cztery lata po wypadku Monika dostaje zaproszenie do Koszalina, żeby zaśpiewać na koncercie [...] Sala nabita, publiczność przyjmuje ją znakomicie. BEZ LITOŚCI [...] podnoszą się głosy, że Monika została wzięta do Eurowizji... z litości. Co na to artystka? „Jeśli ktoś uważa, że mam zamiar wzbudzić litość, to od razu mówię, że to absurd”. Zna swoją wartość. Jedzie do Wiednia, żeby przełamać stereotypy. Bo to, czego nie znamy, budzi strach [...]. [7/2015]

Wyeksponowane w nagłówku imię i nazwisko piosenkarki wskazuje, że celem komunikatu jest prezentacja jej osoby. Wymiar pragmatyczny (przedstawienie określonego człowieka) należy uznać za dominantę gatunkową, gdyż ten sam cel jest realizowany we wszystkich partiach tekstu. Metaforyczny tytuł (*W imię miłości*) podczas lektury okazuje się tłumaczeniem słów piosenki *In the Name of Love*, przygotowanej przez Monikę Kuszyńską na Eurowizję. Lid wstępnie powiadamia o wydarzeniu, które diametralnie zmieniło życie piosenkarki. Korpus przybiera formę narracji nawiązującej do konwencji reportażu. Przywoływanie dat (*wrzesień 2014, maj 2006, 14 stycznia 2008*) oraz miejscowości (*Bielsko-Biała, Koszalin*) służy utrzymaniu paktu faktograficznego, natomiast sposób prezentacji faktów i wydarzeń w czasie teraźniejszym (*jedzie, dzwoni, mówi*) dynamizuje komunikat i nadaje mu cechy relacji (w niektórych partiach – opowiadania).

Autor w sposób obrazowy i sugestywny (m.in. przez zwroty: *zgrzyt ciętej blachy, zimne światło szpitalnych lamp, sala nabita*) przedstawia dzieciństwo piosenkarki, rozwój jej kariery, wypadek, rehabilitację i powrót na scenę. Sięga po wyrażenia metaforyczne (*życie okryła mgła, wypadek obudził*). Stara się przy tym uwzględnić punkt widzenia samej bohaterki oraz bliskich jej osób, przywołując pełne wypowiedzi lub ich parafrazy, co wzbogaca barwę stylistyczną komunikatu. Nie stroni od własnych opinii, nawet tych negatywnych (*była [...] próżną wokalistką*), ale nie podsuwa też gotowej interpretacji, pozostawiając ją czytelnikowi. Aktywizowanie odbiorcy następuje w licznych pytaniach retorycznych (*Okrutny żart losu? Czy ręka przeznaczenia?*) oraz w zakończeniu tekstu, które skłania do refleksji (*to, czego nie znamy, budzi strach*).

Podsumowanie

Analizy zbioru tekstów pozwalają wyodrębnić stałe tendencje charakterystyczne dla omawianej odmiany sylwetki. Pod względem stylistycznym i pragmatycznym są one zbliżone do publicystyki. Służy temu zderzanie innych punktów wi-

dzenia, które jest realizowane przez oddawanie głosu zarówno samemu bohaterowi sylwetki, jak i osobom z nim prywatnie lub zawodowo związanym. Proces powiadomienia jest utrzymany w konwencji paktu faktograficznego, ale sposób ujęcia treści zależy już od konceptu autora tekstu. Sugestywność i obrazowość przekazu jest budowana przez indywidualny styl wypowiedzi redaktora. Selekcja faktów z życiorysu bohatera sylwetki także zależy od intencji publicysty. Analizowane komunikaty stanowią subiektywną ocenę wizerunku osoby portretowanej, zbliżoną pod względem pragmatycznym do prezentacji. Całość najczęściej przybiera kształt opowieści biograficznej z elementami oceny. Relacja nie zawsze jest utrzymana z zachowaniem następstwa czasowego (chronologicznie, jak w życiorysie), a informacje są podawane stopniowo. Ten sposób budowania narracji należy uznać za dominujący dla opisywanej odmiany sylwetki. Kierunek adaptacji sylwetki nawiązuje głównie do wzorców gatunkowych reportażu, zatem analizowaną odmianę można uznać za sylwetkę w formie reportażu²⁶.

Kończąc rozważania na temat dominujących tendencji w sposobie kształtowania konwencji gatunkowych sylwetek typowych dla dwutygodnika „Viva!”, należy dostrzec, że są one zdominowane przez różne odmiany sylwetek prasowych. Brak wzorca kanonicznego pozwala sylwetce wykształcić wiele realizacji. Repertuar odmian gatunkowych w analizowanej prasie tworzą: sylwetki-anonse (publikowane na okładce, w spisie treści i stowarzyszone z nim), sylwetki w formie wzmianek seryjnych i notatek stowarzyszonych oraz wywiady i reportaże wizerunkowe (odmiany gatunkowe powstające w wyniku adaptacji cech pragmatycznych sylwetki).

Analizy różnorodnych odmian sylwetek pokazują, że prasa typu *people* sięga po takie formy komunikacji, które prezentują wizerunki gwiazd i celebrytów. Selekcja gatunków i odmian gatunkowych jest związana z profilem czasopisma, którego celem jest przede wszystkim dostarczanie rozrywki w atrakcyjny sposób. Utrwalanie konwencji gatunkowych po raz kolejny potwierdza tezę o preferowaniu nieszablonowej szablonowości we współczesnej prasie specjalistycznej, a wszystko za sprawą zastosowania mechanizmu redukcjonizmu genologicznego.

²⁶ Por. z reportażem wizerunkowym: M. Wojtak, *O sposobach prezentacji socjolektu w reportażu wizerunkowym*, [w:] *Język. Człowiek. Społeczeństwo. Księga jubileuszowa dedykowana Profesorowi Stanisławowi Grabiasowi*, red. J. Panasiuk, T. Woźniak, Lublin 2013, s. 281–293.

Summary

Realization of Genre Conventions in Polish Magazines for Women (on the Example of Biweekly Magazine "Viva!")

The article takes into consideration the way in which genre conventions, characteristic for biweekly magazine „Viva!” are formulated. „Viva!” is a “people” type magazine that informs the readers about celebrities’, singers’, actors’, models’, writers’, artists’, journalists’ and TV presenters’ lives. The main genre employed is a press profile, that in “Viva!” is specified to a number of subgenres such as trailers, serial references, news, but also interviews and image reportage.

Keywords: genre; press profile; magazine for women

Streszczenie

Artykuł podejmuje sposób ukształtowania konwencji gatunkowych charakterystycznych dla dwutygodnika „Viva!”. Magazyn mieści się w segmencie tzw. prasy typu *people*, która zawęza swój przekaz do informowania o życiu gwiazd, celebrytów, aktorów, piosenkarzy, modelek, artystów, pisarzy, dziennikarzy i prezenterów telewizyjnych. Dominującym gatunkiem jest sylwetka prasowa, która w „Vivie!” ukonkretnia się w postaci różnych odmian: w formie zapowiedzi, w formie wzmianek seryjnych i notatek stowarzyszonych, wiadomości, a także w formie wywiadów i reportaży wizerunkowych.

Słowa kluczowe: gatunek; sylwetka prasowa; prasa kobieca

Bibliografia

- Bulisz E., *Gatunki paratekstowe w magazynie „Women’s Health”*, [w:] *Media a wartości. Człowiek w mediach*, red. M. Gabryś-Sławińska, K. Dybowska, Biała Podlaska [w druku].
- Bulisz E., *Ku pamięci – nienekrologicznie*, „Acta Humana” 2014,
DOI: <http://dx.doi.org/10.17951/ah.2014.5.197>, s. 197–209.
- Bulisz E., *Medialny obraz świata kreowany przez prasę plotkarską (na przykładzie analizy dwutygodników „Party” oraz „Show”)*, [w:] *Współczesne media. Medialny obraz świata*, t. 2: *Studium przypadku*, red. I. Hofman, D. Kępa-Figura, Lublin 2015, s. 57–72.
- Bulisz E., *Metamorfozy struktury wywiadu w tygodnikach opinii*, [w:] *Współczesne media. Media informacyjne*, red. I. Hofman, D. Kępa-Figura, Lublin [w druku].
- Bulisz E., *Realizacje konwencji w prasie kobiecej na przykładzie „Poradnika Domowego”*, [w:] *Młodzi o języku*, red. M. Kresa, Warszawa 2014, s. 23–35.

- Bulisz E., *Redukcjonizm genologiczny we współczesnej prasie poradnikowej dla kobiet*, „Stylistyka” 2014, t. XXIII, s. 397–414.
- Bulisz E., *Sylwetki kobiet publikowane w tygodniku „Wysokie Obcasy”*, [w:] *Kobiety w sferze publicznej. Teoria i praktyka*, red. M. Pataj, Toruń 2015, s. 165–182.
- Dunin-Dudkowska A., *Testament jako zwierciadło kultur. Polsko-amerykańskie studium komparatystyczne*, Lublin 2014.
- Godzic W., *Znani z tego, że są znani. Celebryci w kulturze tabloidów*, Warszawa 2007.
- Iwańczyk P., *Plotka, pogłoska, pomówienie w języku polskim*, [w:] *Plotka i kłamstwo w języku i w kulturze*, red. M. Baran-Łaszkiwicz, S. Niebrzegowska-Bartmińska, S. Wasiuta, Lublin 2010, s. 11–21.
- Kita M., *Wywiad prasowy – język – gatunek – interakcja*, Katowice 1998.
- Malinowska E., *Konstytucja jako gatunek tekstu prawnego*, Opole 2012.
- Nocoń J., *Podręcznik szkolny w dyskursie dydaktycznym – tradycja i zmiana*, Opole 2009.
- Pietrzak M., *Wyznaczniki gatunkowe felietonu drugiej połowy XIX wieku na przykładzie tekstów Henryka Sienkiewicza, Bolesława Prusa i Aleksandra Świętochowskiego*, Łódź 2013.
- Wojtak M., *Gatunek w formie kolekcji a kolekcja gatunków*, „Poznańskie Spotkania Językoznawcze” 2006, t. XV, s. 143–152.
- Wojtak M., *Gatunki mowy charakterystyczne dla prasy motoryzacyjnej*, „Prace Językoznawcze” 2006, z. 8, s. 61–77.
- Wojtak M., *Gatunki prasowe*, Lublin 2004.
- Wojtak M., *Gatunkowa wielokształtność tekstów z „Dziennika Wschodniego”*, [w:] *Media lokalne w świecie wolności i ograniczeń*, red. I. Borkowski, A. Woźny, Wrocław 2003, s. 50–60.
- Wojtak M., *Głosy z teraźniejszości. O języku współczesnej polskiej prasy*, Lublin 2010.
- Wojtak M., *Interakcyjny styl komunikowania w prasie kobiecej*, [w:] *Teksty kultury. Oblicza komunikacji XXI wieku*, red. J. Mazur, M. Rzeszutko-Iwan, t. 1, Lublin 2006, s. 115–128.
- Wojtak M., *Interakcyjny styl komunikowania we współczesnej prasie (na przykładzie prasy młodzieżowej)*, [w:] *Styl konwersacyjny*, red. B. Witosz, Katowice 2006, s. 119–129.
- Wojtak M., *Kolaże tekstowe jako forma komunikacji publicystycznej*, „Studia Językoznawcze” 2003, s. 9–27.
- Wojtak M., *O sposobach prezentacji socjolektu w reportażu wizerunkowym*, [w:] *Język. Człowiek. Społeczeństwo. Księga jubileuszowa dedykowana Profesorowi Stanisławowi Grabiasowi*, red. J. Panasiuk, T. Woźniak, Lublin 2013, s. 281–293.
- Wojtak M., *Styl dziennikarstwa prasowego w perspektywie dyskursywnej*, [w:] *Styl – Dyskurs – Media*, red. B. Bogolębska, M. Worsowicz, Łódź 2010, s. 81–91.
- Wojtak M., *Wyznaczniki gatunkowe sylwetki prasowej*, „Stylistyka” 2003, t. XII, s. 259–278.
- Wojtak M., *Wyznaczniki gatunkowe zapowiedzi*, [w:] *Nowe media. Nowe w mediach*, red. I. Borkowski, A. Woźny, Wrocław 2001, s. 53–67.

Wojtak M., *Wzmianka jako gatunek wypowiedzi prasowej*, [w:] *Język polski. Współczesność. Historia*, red. W. Książek-Bryłowa, H. Duda, Lublin 2003, s. 161–174.

ZKDP. Dostępne w internecie: www.zkdp.pl/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=8&Itemid=4&lang=pl [dostęp: 11 maja 2015].