

# JĘZYK

W

M  
IT NEN R T E  
RADIU  
U E W E I J A Z  
P S A A R

ANTOLOGIA



WYDAWNICTWO  
UNIwersYTETU ŚLĄSKIEGO

*Verba volant, scripta manent.* Słowa wypowiedziane są ulotne, trwają chwilę. Radio, medium, które operuje dźwiękiem: słowem mówionym i innymi kodami audialnymi, zrodziło się ponad 100 lat temu jako „telegraf bez drutu”, towarzyszyło człowiekowi w toku burzliwego wieku XX, „wieku mediów”, i – w nowej rzeczywistości medialnej – trwa, ewoluując. Paradoksalnie, zaliczane jest do „nowych mediów”. Medium jednego zmysłu, dzięki zmianom technologicznym i mimo medialnych przetasowań, wkracza – zachowując elastycznie swoją specyfikę – w przestrzeń wielozmysłową w dwóch wymiarach: jako nowe radio (2.0) i eksperymentatorskie poszukiwania twórców. Radio, „choć zdetronizowane jako główny środek przekazu, bynajmniej nie przeminęło. Zawsze niewidoczne, nigdy niezapomniane, potrafiło się przekształcić w całkiem odmienny środek przekazu” (LEVINSON).

# **Język w radiu**

**Antologia**

Podręczniki i Skrypty



Uniwersytetu Śląskiego  
w Katowicach  
nr 196

50 lat  
Uniwersytetu  
Śląskiego  
w Katowicach

# Język w radiu

## Antologia

pod redakcją naukową  
*Małgorzaty Kity i Iwony Loewe*

Redaktor serii: Językoznawstwo Polonistyczne  
Bożena Witosz, Mirosława Siuciak

Recenzenci  
Beata Grochala  
Danuta Kępa-Figura

Redakcja: Katarzyna Więckowska  
Projekt okładki i stron działowych: Paulina Dubiel  
Redakcja techniczna: Małgorzata Pleśniar  
Korekta: Lidia Szumigala  
Łamanie: Bogusław Chruściński

Copyright © 2018 by  
Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego  
Wszelkie prawa zastrzeżone

**ISSN 1644-0552**  
**ISBN 978-83-226-3320-5**  
(wersja drukowana)  
**ISBN 978-83-226-3321-2**  
(wersja elektroniczna)

Wydawca  
**Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego**  
**ul. Bankowa 12B, 40-007 Katowice**  
[www.wydawnictwo.us.edu.pl](http://www.wydawnictwo.us.edu.pl)  
e-mail: [wydawus@us.edu.pl](mailto:wydawus@us.edu.pl)

---

Wydanie I. Ark. druk. 17,75. Ark. wyd. 22,0. Papier  
Alto 80 g, vol. 1.5

Cena 30 zł (+VAT)

---

Druk i oprawa: Volumina.pl Daniel Krzanowski  
ul. Księcia Witolda 7–9, 71-063 Szczecin

## Spis treści

Wstęp ( <i>Małgorzata Kita, Iwona Loewe</i> ) . . . . .	7
---	---

### Wprowadzenie

<i>Małgorzata Kita</i> Dyskurs radiowy . . . . .	13
<i>Bogusław Skowronek</i> Radiowa odmiana medialna . . . . .	53

### Zagadnienia teoretyczno-metodologiczne

<i>Jurand Banach</i> Tekst radiowy jako tekst mówiony . . . . .	61
<i>Elżbieta Pleszkun-Olejniczakowa</i> Demiurg czy cicerone? O sposobach istnienia słowa i tekstu audialnego na antenie . . . . .	74
<i>Joanna Bachura-Wojtasik</i> Analiza semiologiczna współczesnego słuchowiska . . . . .	92

### Studia

<i>Grażyna Stachyra</i> Współczesne gatunki radiowe jako konglomeraty i kolekcje . . . . .	109
<i>Mirosława Wielopolska-Szymura</i> Drugie życie radia. Transformacja radia pod wpływem procesów konwergencji . . . . .	128

<i>Mariusz Rutkowski, Katarzyna Skowronek</i>	
Uwagi o współczesnym polskim nazewnictwie medialnym (nazwy audycji) . . . . .	141
<i>Barbara Boniecka, Jolanta Panasiuk</i>	
Temat audycji radiowych. Sposoby jego wprowadzania i rozwijania . . . . .	149
<i>Kinga Sygizman</i>	
Kilka uwag o semantyce dźwięku . . . . .	175
<i>Joanna Bachura-Wojtasik</i>	
Artystyczne teksty audialne — w radiu i między mediami . . . . .	187
<i>Monika Białek</i>	
Reportaż dźwiękowy w obrazach, czyli rzecz o fotokastach . . . . .	209
<i>Karolina Albińska</i>	
Oswoić starość w dobie kultu młodości. Między radiową rozrywką a edukacją, czyli o słuchowisku w objęciach <i>edutainment</i> ? . . . . .	225
<i>Magdalena Steciąg</i>	
Oralność pierwotna w wiadomościach radiowych . . . . .	243
<i>Paweł Nowak</i>	
Konwencjonalny i konwersacyjny punkt widzenia w audycjach radiowych . . . . .	252
<i>Paweł Nowak</i>	
Kultura śmiechu w XXI wieku — sport i dziennikarstwo sportowe okiem satyry- ków radiowych . . . . .	261
<i>Witold Doroszewski</i>	
Językoznawstwo a radiofonia . . . . .	276
<i>Agnieszka Płusajska-Otto</i>	
Świadomość ciała i emocji w posługiwaniu się głosem . . . . .	278



## Wstęp

Książka, którą oddajemy Czytelnikowi, jest ogniwem cyklu antologii tekstów dotyczących badań nad językiem w mediach prowadzonych w optyce językoznawczej, co — zgodnie z teoretycznymi postulatami lingwistyki otwartej — nie wyklucza wyjścia poza granice danej dyscypliny. Jakkolwiek więc dominuje w niej podejście językoznawcze, sięgamy też do propozycji innych dziedzin wiedzy o komunikacji medialnej.

Dotychczas ukazały się następujące tomy: *Język w mediach. Antologia* (2012, 2014), *Język w internecie. Antologia* (2016), *Język w telewizji. Antologia* (2016) oraz jest w przygotowaniu *Język w prasie. Antologia*. Mają one podobną strukturę formalno-treściową: wprowadzenie w problematykę danego tomu, artykuły o problematyce ogólnej (teoretyczno-metodologiczne) i artykuły analityczne.

W dwu wydaniach, których doczekała się pierwsza z cyklu publikacja *Język w mediach. Antologia*, mająca charakter wprowadzenia, zamieściliśmy działy poświęcone poszczególnym mediom masowym, przypisując im po kilka reprezentatywnych, wedle nas, artykułów. „Reprezentatywny” to dla nas tekst, który ma znaczenie poznawcze, metodyczne, precyzujące, egzemplifikacyjne w odniesieniu do danego medium z perspektywy nauk humanistycznych.

Wybrane do tego zbioru teksty pochodzą w większości z monografii wieloautorskich dotyczących języka w radiu. Korzystamy też z periodyków lingwistycznych — ogólnych i specjalistycznych, tu jednak sięgamy do tych, które funkcjonują w wersji tradycyjnej. Zrezygnowaliśmy zasadniczo, choć nie bez wyjątku, z przedruków z pism, które są dostępne w sieci — właśnie z racji ich ogólnodostępności. Zauważamy przy tym z satysfakcją, że coraz więcej czasopism naukowych istnieje w formie *online*.

Rodzajem kontynuacji jest też liczba dobranych tekstów. Kierowaliśmy się użytecznością książki. Jeśli zatem miałyby ona służyć dydaktyce akademickiej,

złożona została z tekstów w liczbie jak najbardziej zbliżonej do jednego semestru pracy studenta i jego profesora.

Każdy redaktor i autor projektuje pewnego czytelnika. Tymi dla wybranych przez nas tekstów są odbiorcy zainteresowani w jakimkolwiek stopniu (adept, badacz, słuchacz, student) poglądami językoznawców, komunikologów, medioznawców, mediolingwistów, kulturoznawców, których łączy obiekt refleksji naukowej, czyli media masowe.

Wprowadzeniem do tomu *Język w radiu. Antologia* są dwa komplementarne wobec siebie studia: Małgorzaty Kity (*Dyskurs radiowy*), przedstawiające stan wiedzy i problematyzujące badania językoznawców nad językiem *sensu largo* w radiu, i Bogusława Skowronka (*Radiowa odmiana medialna*), projektujące sferę naukowej penetracji komunikacji językowej w radiu w ramach postulowanej przez Autora mediolingwistyki.

W module *Zagadnienia teoretyczno-metodologiczne* przywołujemy tekst Juranda Banacha *Tekst radiowy jako tekst mówiony* zawierający ciągle aktualną typologię języka mówionego stworzoną na potrzeby opisu języka w radiu, czyli medium kultury oralnej w jej drugim wcieleniu. Elżbieta Pleszkun-Olejniczakowa (*Demiurg czy cicerone? O sposobach istnienia słowa i tekstu audialnego na antenie*) rozważa sytuację słowa i tekstu w medium audialnym. Proponujemy tu też lekturę artykułu Joanny Bachury-Wojtasik (*Analiza semiologiczna współczesnego słuchowiska*), który wprowadza w problematykę multikodowości medium radiowego, skupiając się na semiotyczno-audialnych znakach radiowych i rzeczywistości przedstawionej.

Artykuły analityczne wchodzą w szczegółową materię egzystencji i funkcjonowania języka w medium radiowym oraz zawierają refleksje nad tym, jakie zaplecze i instrumentarium intelektualne pozwoli docierać do istoty radia i języka.

Grażyna Stachyra (*Współczesne gatunki radiowe jako konglomeraty i kolekcje*) pokazuje zmiany w gatunkach radiowych, które wciąż dokonują się pod wpływem rozwoju technologii i w wyniku procesu konwergencji; ich skutkiem jest pojawienie się kolekcji form audialnych oraz konglomeratów gatunkowych (swoistych hybryd gatunkowych). Mirosława Wielopolska-Szymura w artykule *Drugie życie radia. Transformacja radia pod wpływem procesów konwergencji* udowadnia, że radio — jako medium audialne — nie traci swej tożsamości, wartości i atrakcyjności w kulturze audiowizualnej. Konwergencja skłania ludzi radia do poszukiwań i kreatywności. Ten artykuł stanowi mocny akcent tomu o komunikowaniu (się) w radiu, które znakomicie odnajduje się w kulturze elektralnej.

Mariusz Rutkowski i Katarzyna Skowronek (*Uwagi o współczesnym polskim nazewnictwie medialnym (nazwy audycji)*) wprowadzają Czytelnika w pole onomastyki medialnej, koncentrując się na analizach nazw (tytułów) audycji.

Barbara Boniecka i Jolanta Panasiuk (*Temat audycji radiowych. Sposoby jego wprowadzania i rozwijania*) zajmują się ważną kategorią teorii tekstu — tematem, tu w kontekście audycji w radiu.

Kinga Sygizman (*Kilka uwag o semantyce dźwięku*) bada różne typy komunikatów dźwiękowych w reportażu radiowym: językowych i niejęzykowych, nie pomijając ciszy i milczenia. Joanna Bachura-Wojtasik (*Artystyczne teksty audialne — w radiu i między mediami*) sytuuje teksty radiowe w teoretycznej przestrzeni wszechogarniającej cyfryzacji kultury, włączając do opisu takie pojęcia jak „intermedialność”, „konwergencja mediów”, „intertekstualność”, „kultura uczestnictwa”. Monika Białek (*Reportaż dźwiękowy w obrazach, czyli rzecz o fotokastach*) kieruje uwagę na wizualizację gatunku audialnego przez wprowadzenie do radia fotokastów, czyli (krótkich) form multimedialnych stanowiących zespolenie dźwięku z obrazem. Karolina Albińska (*Oswoić starość w dobie kultu młodości. Między radiową rozrywką a edukacją, czyli o słuchowisku w objęciach edutainment?*) zwraca uwagę na istnienie w przestrzeni radiowej zjawiska *edutainment*, trendu kulturowego sprowadzającego się do przekazywania wiedzy w połączeniu z zabawą czy grą.

Magdalena Steciąg (*Oralność pierwotna w wiadomościach radiowych*), omawiając obecność oralności w medium audialnym, dostrzega ślady oralności pierwotnej w czasach kultury oralności wtórnej. Paweł Nowak w artykule *Konwencjonalny i konwersacyjny punkt widzenia w audycjach radiowych* reinterpretuje kategorię punktu widzenia na potrzeby badań nad tekstem radiowym. Lubelski Badacz w innym artykule (*Kultura śmiechu w XXI wieku — sport i dziennikarstwo sportowe okiem satyryków radiowych*) eksponuje Bachtinowskie pojęcie kultury śmiechu, przykładając je do radiowej twórczości satyrycznej.

Przypominamy krótki tekst Witolda Doroszewskiego *Językoznawstwo a radiofonia* z okresu 1938—1939 r., by pokazać, że lingwiści dostrzegali potencjał badawczy nowego medium już wkrótce po jego rozpowszechnieniu się. Zestawiamy go z artykułem Agnieszki Płusajskiej-Otto (*Świadomość ciała i emocji w posługiwaniu się głosem*), która wypowiada się z pozycji logopedy, kiedy wskazuje, jak ważne dla mówienia jest uświadomienie sobie własnej korporalności i emocjonalności.

Pragniemy podziękować Autorom i Wydawnictwom za wyrażenie zgody na przedruk publikacji.

Małgorzata Kita i Iwona Loewe

Książka, którą oddajemy Czytelnikowi, jest ogniwem cyklu antologii tekstów dotyczących badań nad językiem w mediach prowadzonych w optyce językoznawczej, co – zgodnie z teoretycznymi postulatami lingwistyki otwartej – nie wyklucza wyjścia poza granice danej dyscypliny. Jakkolwiek więc dominuje w niej podejście językoznawcze, sięgamy też do propozycji innych dziedzin wiedzy o komunikacji medialnej.

Dotychczas ukazały się następujące tomy: *Język w mediach. Antologia* (2012, 2014), *Język w internecie. Antologia* (2016), *Język w telewizji. Antologia* (2016). Mają one podobną strukturę formalno-treściową: wprowadzenie w problematykę danego tomu, artykuły o problematyce ogólnej (teoretyczno-metodologiczne) i artykuły analityczne.

Każdy redaktor i autor projektuje pewnego czytelnika. Tymi dla wybranych przez nas tekstów są odbiorcy zainteresowani w jakimkolwiek stopniu (adept, badacz, słuchacz, student) poglądami językoznawców, komunikologów, medioznawców, mediolingwistów, kulturoznawców, których łączy obiekt refleksji naukowej, czyli media masowe.

*Małgorzata Kita, Iwona Loewe*

INTERNET  
RADIO  
TELEWIZJA  
PRASA

ISSN 1644-0552

Cena 30 zł (+ VAT)

ISBN 978-83-226-3321-2



9 788322 633212

Więcej o książce

