

Maria Wojtak

Gatunki mowy charakterystyczne dla prasy motoryzacyjnej

Prace Językoznawcze 8, 61-77

2006

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej bazhum.muzhp.pl, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

Maria Wojtak
Lublin

Gatunki mowy charakterystyczne dla prasy motoryzacyjnej

Genre of written forms characteristic of motor press

Abstract: The article aims to present the phenomenon of genealogical reductionism characteristic of the motor press.

Key words: motor press, genealogy, genre, ensemble of genres, mentioning, announcement, editorial, advisory commentary as a news piece.

Słowa kluczowe: prasa motoryzacyjna, geneologia, gatunek, gatunek w formie kolekcji, wzmianka, zapowiedź, edytorial, wypowiedź poradnikowa o kształcie wiadomości

1. Uwagi wstępne

Prasę wyspecjalizowaną tworzą takie periodyki, które mają określony profil tematyczny i są przeznaczone dla konkretnego kręgu odbiorców. Można zatem w jej ramach wyodrębnić magazyny kobiece i adresowane do mężczyzn, tygodniki dla młodzieży, a także pisma poświęcone problematyce hobbystycznej (w tym dla przykładu prasę motoryzacyjną, rowerową, komputerową, górską, wędkarską). Jest to prasa zróżnicowana pod względem genologicznym. Warto się nią zająć zarówno ze względu na jej znaczenie społeczne oraz pozycję na rynku mediów, jak i z powodu niewielkiej liczby opracowań filologicznych¹.

¹ Por. W. Kajtoch: *Odlotowe bez dwóch zdań! Kultura języka, stylu perswazji w czasopiśmie dla młodzieży*. „Zeszyty Prasoznawcze” 1999, z. 3–4, s. 79–101; M. Wojtak: „Wysoki współczynnik czadu”, czyli o słownictwie w prasie specjalistycznej – na wybranych przykładach. [W:] *Słownictwo współczesnej polszczyzny w okresie przemian*. Red. J. Mazur. Lublin 2000, s. 117–130; tejsze: *O przemianach w języku mediów (prasa wyspecjalizowana)*. [W:] *Język a komunikacja 1: Zbiór referatów z konferencji „Język trzeciego tysiąclecia” Kraków 2–4 marca 2000*. Red. G. Szpila. Kraków 2000, s. 235–244; tejsze: *Przejawy sztuki stylizatorskiej w artykułach z prasy wyspecjalizowanej*. [W:] *Poznańskie Spotkania Językoznawcze*. T. XIII. Red. Z. Krawczyńska, Z. Zagórski.

Dla genologa stanowi ona niezwykle interesujący obiekt badań z dwóch powodów: 1) preferuje takie formy wypowiedzi prasowej, których brak w prasie ogólnej, 2) wprowadza osobliwe modyfikacje reguł gatunkowych, według których redagowane są prasowe komunikaty typowe dla prasy ogólnej. Nazwałam to zjawisko *redukcjonizmem genologicznym* i uznałam za rys charakterystyczny dla prasy wyspecjalizowanej².

Warto wrócić do tego zagadnienia i przedstawić w oddzielnej charakterystyce najważniejsze przejawy wspomnianego redukcjonizmu w prasie wyspecjalizowanej.

Polaryzacja gatunkowa tej prasy jest zjawiskiem na tyle skomplikowanym i wielowymiarowym, że zasadą porządkującą wywody uczynić trzeba wybrane rodzaje periodyków, a nie gatunki wypowiedzi.

W jednym artykule nie uda się wyczerpująco scharakteryzować wszystkich odmian prasy wyspecjalizowanej. Niektóre jej segmenty mają konfigurację gatunkową analogiczną. Uwaga ta odnosi się przede wszystkim do prasy, która „profiluje” swych odbiorców według wieku i płci. W pewnym zakresie analogicznie swój genologiczny wizerunek kształtuje prasa hobbystyczna. Niniejszy artykuł będzie więc poświęcony gatunkom wypowiedzi realizowanym w prasie motoryzacyjnej.

2. Formy przedstawiania poszczególnych numerów

2. 1. Wielokształtność zapowiedzi

Zapowiedź jest we współczesnej prasie jednym z najbardziej ekspansywnych i dynamicznych gatunków³. Jej dynamizm, związany z zakresem i jakością metamorfóz, wynika z roli, jaką przypisuje się temu gatunkowi we wszystkich typach przekazu prasowego. Zapowiedź bowiem ma przede wszystkim wstępnie zaanonsować określony tekst rozszerzony (a więc tekst właściwy) lub stowarzyszony (może to też być cała gama tekstów). Służy też jednak jako forma reklamy samego pisma lub jego konkretnego numeru. Wykształciła dwie podstawowe odmiany gatunkowe: zapowiedź autonomiczną, redagowaną według osobliwych

Poznań 2004, s. 179–188; tejsze: *Kolaże tekstowe jako forma komunikacji publicystycznej*. „Studia Językoznawcze”. T. 2: *Synchroniczne i diachroniczne aspekty badań polszczyzny*. Szczecin 2003, s. 9–27.

² M. Wojtak: *Przejawy kunsztu...*, s. 180. Nieco inny kształt przybiera to zjawisko w prasie regionalnej. Por. na ten temat: M. Wojtak: *Gatunkowa wielokształtność tekstów z „Dziennika Wschodniego”*. [W:] *Media lokalne w świecie wolności i ograniczeń*. Red. I. Borkowski, A. Woźny, Wrocław 2003, s. 50–66.

³ Por. M. Wojtak: *Gatunki prasowe*. Lublin 2004, s. 101–119.

wzorców, i zapowiedź nieautonomiczną, a więc spokrewnioną z innymi gatunkami wypowiedzi prasowej⁴.

Prasa motoryzacyjna wypracowała własną odmianę zapowiedzi. Można ją traktować zasadniczo jako kolejną wersję odmiany autonomicznej, gdyż kierunek adaptacji nie odpowiada standardom znanym z prasy ogólnej. Kształt odnosnych komunikatów, anonsujących wybrane teksty z konkretnego numeru lub przedstawiających bardziej szczegółowo jego zawartość, zależy przede wszystkim od miejsca publikacji. Da się wyodrębnić dwie zasadnicze pododmiany gatunku: zapowiedź charakterystyczną dla okładki i zapowiedź w formie spisu treści. Obie wersje występują w seriach.

Zapowiedź z okładki jest jedynie dodatkiem do urozmaiconego mniej lub bardziej materiału ikonograficznego. Pojedyncze komunikaty przybierają więc formę niezwykle lakoniczną i są formą elementarnego powiadomienia lub zyskują kształt wypowiedzi nieco dłuższych, łączących powiadomienie z waloryzacją przekazywanych treści. O formie konkretnego tekstu decyduje też przedmiot anonsowania. Na okładce pisma „Auto+” (A) dla przykładu w roli komunikatów dominujących funkcjonują zapowiedzi nowych samochodów, gdyż kryterium nowości na rynku motoryzacyjnym to podstawowa zasada doboru marek i modeli aut do prezentacji we wspomnianym magazynie. Zapowiadanie bloku wypowiedzi, służących przedstawianiu tej problematyki, jest w pewnym sensie standardowe. Komunikaty wyróżniają się miejscem na okładce i grafiką oraz kształtem językowym, nie są jednak kliszami tekstowymi. Por. dla przykładu:

- (1) 30 nowości na polskim rynku po wejściu do Unii [A, 2004/6]⁵;
- (2) 180 premier w 2005 roku [A, 2005/1];
- (3) 69 premier wiosna 2005 [A, 2005/3];
- (4) 24 gorące premiery [A, 2005/9].

Pozostałe zapowiedzi z okładki mają bardziej urozmaicony kształt, choć trudno tu się dopatrywać szczególnej żurnalistycznej inwencji. Część z nich przybiera formę powiadomień przypominających tytuły, np.:

- (5) Pierwszy test Pandy z polskim dieslem [A, 2005/4];
- (6) Wszystko o... Peugeotie 407 [A, 2004/6].

Wyrazistą grupę tworzą ponadto komunikaty o nieco bardziej złożonej strukturze. Zawierają one odesłanie do działu magazynu (mutacja klasycznej formuły odsyłającej) i krótki korpus powiadamiająco-oceniający, poprzedzony

⁴ Ibidem, s. 103 i n.

⁵ Lokalizując cytaty, podaję skrót tytułu periodyku, rok wydania oraz numer.

nazwą marki lub modelu samochodu, stanowiącego przedmiot prezentacji w głębi numeru. Oto przykłady:

- (7) PIERWSZA JAZDA KLASA R Najnowszy pomysł Mercedesa to próba połączenia wody z ogniem [A, 2005/9];
- (8) MEGATEST FIAT CROMA Na naszym rynku pojawił się samochód – wielka nadzieja Fiata. Sprawdziliśmy jak jeździ [A, 2005/9];
- (9) AUTO+ TECHNIKA BEZPIECZEŃSTWO Dłaczego producenci przekonują, że akurat w ich autach nic nam nie grozi [A, 2005/9].

O polimorficzności charakteryzowanego gatunku świadczy to, że w konkretnych magazynach mogą funkcjonować typowe dla nich formy zapowiadania. Różnica w stosunku do opisanych powyżej może mieć w istocie charakter kosmetyczny. I tak dla przykładu w magazynie „Motor” (M) funkcjonują na okładce obie przedstawione już pododmiany zapowiedzi. Różnica polega jedynie na konsekwentnym stosowaniu klasycznej formuły odsyłającej: *str. X. Odwołajmy się do następujących przykładów:*

- (10) Zamienniki Tańsze niż oryginał str. 32 [M, 2004/36];
- (11) Audi Q5 STYL I SPORT str. 8 Firma z Ingolstadt zasypie nas nowościami [M, 2004/53];
- (12) PORÓWNANIE str. 14 Mitsubishi Lancer kontra Subaru Impreza – niepozorni kuzyni WRC [M, 2004/38];
- (13) NOWE MARZENIE: Ferrari F430 str. 8 [M, 2004/38].

W powstałym właśnie miesięczniku „Wysokie Obroty” (WOb), magazynie, który przejął „Auto+”, zapowiedzi z okładki pierwszego numeru przybierają formę lakonicznych komunikatów anonsujących rzeczowo wybrane materiały z wnętrza numeru:

- (14) Czym wozi się władza [WOb, 2006/1];
- (15) Od czego zależy prestiż [WOb, 2006/1];
- (16) Jeździmy Ferrari F 430 [WOb, 2006/1];
- (17) Pojedynki superkompaktów [WOb, 2006/1].

Zapowiedzi tworzące rozbudowany spis treści też mają względnie urozmaicony kształt. W każdym magazynie motoryzacyjnym wydziela się część komunikatów, łącząc je ze zdjęciami i nadając formę rekomendacji materiałów szczególnie polecanych uwadze czytelnika. Same komunikaty mogą nie odznaczać się wyszukaną stylizacją językową (tak jest w magazynie „Auto+”) lub przeciwnie – przybierać formę wypowiedzi, które powinny się stać przedmiotem lektury. Tę formę przekazu anonsów stosuje „Motor”, a także miesięcznik „Wysokie Obroty”. Dla ilustracji zacytujmy następujące przykłady:

- (18) NOWE AUTA Ferrari F430 Miłośnicy aut legendarnej włoskiej marki znów mają nowy przedmiot marzeń. Tych „skromniejszych”, bowiem nowe Ferrari F430 będzie najtańszą pozycją w cenniku firmy. Najtańszą, ale nie najbrzydszą i nie najgorszą. 8 (cyfra jest specjalnie wyróżniona graficznie i oznacza stronę) [M, 2004/36];
- (19) TEST Smart Forfour Marka Smart zaistniała dzięki bardzo oryginalnym, budzącym zainteresowanie, ale nieco „zabawkowym” modelom – City-Coupe (obecnie Fortwo), później zaś Roadsterowi-Coupe. Testujemy najnowszego i zdecydowanie najbardziej praktycznego ze wszystkich Smartów. [M, 2004/38];
- (20) 90 FANGO REKORDZISTA Dopiero Michael Schumacher potrafił wyrównać jego rekord [Wob, 2006/1];
- (21) 82 KRZYŚ SKANDALISTA Mister Bangle nie wygląda na rewolucjonistę. A jednak... [Wob, 2006/1] (zapowiedź odsyła do artykułu przedstawiającego sylwetkę nowego projektanta BMW).

Czas skupić uwagę na właściwym spisie treści. Ma on kompozycję standardową, gdyż jest zwykle podzielony na kilka części sygnowanych wyróżnionymi graficznie tytułami, co ułatwia wstępną orientację i planowanie lektury. Porównajmy dla przykładu:

- (22) Nowości; Jakie auto; Twoje auto; Nowe auto – to tytuły z magazynu „Auto+”. W „Motorze” dla odmiany stałe działy wymieniane są oddzielnie, a konfiguracje indywidualne obejmują konkretny numer. Wyfłuszczonym drukiem sygnuje się więc dla przykładu następujące działy:
- (23) Nowe auta; Porównanie, Test, Używane, Porady, Motopasje, Sport [M, 2004/38].

Pojedyncze teksty mogą być zapowiadane w rozmaity sposób (stałym składnikiem jest oczywiście cyfra oznaczająca stronę, a także nazwa gatunkowa anonsonowanego tekstu: *prezentacja*, *test*, *minitest*, *megatest*, *konfrontacja*, *minikonfrontacja*, *raport specjalny* itd.).

Polaryzacja wypowiedzi jest dość duża i znacząca. Trudno wyodrębnić najważniejsze tendencje stylizacyjne. Mogą się więc pojawiać anonse o kształcie quasi-definicyjnym (charakteryzuje się w ten sposób nowe lub szczególnie atrakcyjne auta), zapowiedzi powiadamiające, wypowiedzi apelujące (w związku ze stosowaniem poetyki interakcyjnej jako sposobu fingowania bezpośredniego kontaktu z odbiorcą), zapowiedzi powiadamiająco-oceniające. Porównajmy następujące przykłady:

- (24) PIERWSZA JAZDA Volkswagen Passat Variant – większy od starszego brata [A, 2005/9];
- (25) PIERWSZA JAZDA Range Rover Sport – sportowy, terenowy, elegancki [A, 2005/9];
- (26) MINITEST Renault Vel Saris – limuzyna i hatchback w jednym [A, 2005/9];
- (27) MARZENIE Mercedes-Benz CLK – elegancja tego kabrioletu i jego sportowa zadziorność wywiera wrażenie na każdej dziewczynie [A, 2005/9];
- (28) RAPOT SPECJALNY Nie bądź naiwny! – nie daj się nabrać, gdy decydujesz się za zakup używanego samochodu [A, 2005/9];
- (29) KUPUJ Z GŁOWĄ – Przed kupnem auta zapoznaj się z kosztami eksploatacji, spadkiem wartości i opiniami właścicieli. W tym miesiącu limuzyny [A, 2005/9];

- (30) MARZENIE Volkswagen Golf GTI – 200 KM pod maską najbardziej kultowego GTI [A, 2005/1];
- (31) MINIKONFRONTACJA Fiat Doblo, Opel Combo Tour, Volkswagen Caddy – kombivany, czyli duża przestrzeń na małej powierzchni [A, 2005/1];
- (32) 12 **Jazda gwiazdą** Ferrari F 430 – auto przed którym nie wstyd upaść na kolana [WOb, 2006/1];
- (33) 40 **Naukowcy do wozu** Samochód całkiem sam – czy wkrótce kierowca nie będzie potrzebny? [WOb, 2006/1].

Zawartość konkretnych numerów magazynów motoryzacyjnych jest anonsowana kilkakrotnie (okładka i spis treści z wypowiedziami stowarzyszonymi), selektywnie i niebanalnie. Wypowiedzi funkcjonujące w roli anonsów można interpretować jako szczególną realizację konwencji gatunkowej zapowiedzi autonomicznej lub dostrzegać w nich nową genologiczną jakość⁶. Okładka kolorowego magazynu (nie tylko motoryzacyjnego), a także strona zawierająca spis treści to dwa segmenty magazynu, które mogłyby być traktowane jako gatunek wypowiedzi w formie kolekcji, czyli ukonkretniając – zapowiedź autonomiczna w formie kolekcji⁷.

2.2. *Edytorial*

Nazwa ta odnosi się do specjalnie kształtowanego komunikatu, w którym redaktor naczelny pisma komentuje jakieś aktualne wydarzenia, interesujące czytelników magazynu, lub poleca określony numer pisma jako całość bądź konkretne materiały publicystyczne z tego numeru⁸.

Zbiór sygnałów gatunkowych *edytorialu*, spośród których miejsce druku zyskuje rolę dominującą, tworzy dynamiczne układy. Oprócz stałego miejsca publikacji funkcję sygnałów gatunkowych pełnią: nazwa (*editorial*, *edytorial*, *komentarz* – to nominacje charakterystyczne dla prasy motoryzacyjnej) lub inny trwały incipit, a także zdjęcie autora. Konkretnie realizacje mogą się różnić doborem sygnałów gatunkowych. W „Auto+” są to: miejsce publikacji, zwrot do adresatów i dane personalne naczelnego w finalnej części komunikatu, w „Motorze” zaś: miejsce druku, zdjęcie autora i na końcu jego dane personalne. „Auto

⁶ Na możliwość interpretowania okładki jako tworu gatunkowego wskazuje A. Woźny i inni autorzy rozpraw oraz szkiców zamieszczonych w tomie: *Nowe media – nowe w mediach*. 1: *W kulturze pierwszych stron*. Red. I. Borkowski, A. Woźny. Wrocław 2005.

⁷ O pojęciach: gatunku w formie kolekcji i kolekcji gatunków piszę m.in. w następujących publikacjach: *Żanr w formie kolekcji a kolekcja żanrow*. [W:] *Stereotypność i twórczość w tekście*. T. 8. Red. M. P. Kotiurowa. Perm 2005, s. 108–115; *Genologiczne aspekty charakterystyki modlieniwnika*. „Studia Językoznawcze”. T. 4. Szczecin 2005, s. 430.

⁸ Por. M. Wojtak: *Osobliwość genologiczna – edytorial*. „Stil”, Belgrad 2005, nr 4, s. 113–122.

Świat” z kolei preferuje następujący zbiór sygnałów: miejsce, nazwę gatunkową (*komentarz*), zdjęcie autora, tytuł konkretnego tekstu i dane osobowe naczelnego. W miesięczniku „Wysokie Obroty” konwencja dopiero się tworzy. Numer pierwszy zawiera nazwę gatunkową (*edytorial*), tytuł komunikatu i dane osobowe nadawcy. Czas pokaże, w jakim stopniu jest to trwała praktyka.

Zasada urozmaicenia form przekazu decyduje o tym, że prasa motoryzacyjna zawiera dwa zasadnicze typy *edytoriali*: a) wypowiedź komentującą spokrewnioną z komentarzem autonomicznym, pozbawioną funkcji anonsowania numeru – nazwijmy ten typ *edytorialu* interpretacyjnym, b) wypowiedź hybrydalną, łączącą fragmenty komentujące z zapowiadaniem całego numeru lub wybranych publikacji – można dla niego zaproponować nazwę *edytorial* interpretująco-anonsujący⁹. Z moich wcześniejszych ustaleń wynika, że forma *edytorialu* zależy od przypisywanych mu funkcji. W niektórych magazynach dominuje rola budowania więzi z czytelnikami, gdyż interakcja przebiega w nich zgodnie z zasadą: entuzjaści komunikują się z entuzjastami¹⁰. Komentarze redakcyjne mają wtedy kształt komunikatów fingujących bezpośredni kontakt z czytelnikami (wprowadzenie pytań lub całych wymian dialogowych, użycie wielokropka)¹¹. W prasie motoryzacyjnej częściej pojawiają się jednak wypowiedzi, których zadaniem jest kreowanie wizerunku pisma. Magazyn poświęcony zagadnieniom motoryzacji przypisuje sobie zwykle rolę doradcy, przyjaciela, a także wybawiającego z kłopotów fachowca¹².

Bardziej szczegółową prezentację *edytoriali* z prasy motoryzacyjnej zacznijmy od charakterystyki wypowiedzi interpretujących, gdyż w niektórych pismach to właśnie one dominują. Są to przekazy dość blisko spokrewnione z komentarzami autonomicznymi. Przedstawiane w nich fakty lub zdarzenia układają się w sekwencje tematyczne bliskie odbiorcom. Istotą interpretacji zaś stanowi w nich rzeczowe i fachowe prezentowanie określonych składników tego świata. „Auto+” było dla przykładu nastawione na przedstawianie nowości na rynku motoryzacyjnym. „Auto Świat” (AS), oprócz tego prezentuje wyniki sprawdzianów, jakim poddawane są auta nowe i używane, aby pomóc czytelnikom w dokonywaniu wyborów. „Motor” zaś uprawia, i w *edytorialach* anonsuje, wieloaspektowe doradztwo. Ocena określonych zjawisk, zajmowanie stanowiska w określonej sprawie czy też polecenie czegoś – wszystkie te działania interpretacyjne zyskują urozmaicony kształt, gdyż autorzy *edytoriali* odwołują się do

⁹ Ibidem, s. 115-117. Przedstawiam tu *edytoriale* z różnych typów pism wyspecjalizowanych, wyodrębniając: wypowiedzi komentujące, wypowiedzi anonsująco-komentujące i realizujące konwencję recenzji. Tych ostatnich nie ma w prasie motoryzacyjnej.

¹⁰ Por. na ten temat: M. Wojtak: „Wysoki współczynnik czadu”..., s. 117–130; też: *O przemianach w języku mediów...*, s. 235.

¹¹ Zob. M. Wojtak: *Osobliwość genologiczna...*, s. 117–118.

¹² Ibidem, s. 118.

różnych technik komentowania: przez porównanie, bezpośrednie wyrażanie opinii i formułowanie ocen, wprowadzanie różnych środków obrazowania, sprzyjających redagowaniu komunikatów sugestywnych, a także, choć rzadko, posługiwanie się innowacjami językowymi. Chcąc czytelnika zaskoczyć, redaktorzy częściej stosują bowiem koncepty strukturalne, a więc odnoszące się do całości komunikatu, niż koncepty wolne, czyli niezwykle sposoby wysłowienia drobnych fragmentów¹³.

Oto wybrane fragmenty komentarzy z opiniami i ocenami formułowanymi bezpośrednio:

- (34) Kto jak kto, ale włoski koncern potrafi od lat produkować ładne i popularne małe auta [AS, 2004/9];
- (35) Byłby to zatem kolejny samochód z naszych fabryk, co niewątpliwie przyniesie nam kolejny powód do dumy [AS, 2004/9];
- (36) W miejscach szczególnie niebezpiecznych można by ustawić znaki ostrzegające o napadach. Fakt, że to wstydlive ostrzeżenia, ale dzięki nim przynajmniej kilka pań więcej uchroniłoby się przed napadem [AS, 2001/48];
- (37) Co zatem stoi za Toyotą? Chyba jednak legendarna niezawodność marki potwierdzona licznymi rankingami nawet na bardzo wymagającym niemieckim rynku motoryzacyjnym. Japońska firma sympatię naszych rodaków zaskarbiła sobie nie tylko atrakcyjną ofertą rynkową, lecz także z pewnością dość okazałymi finansowymi inwestycjami w Polsce. [AS, 2003/48].

Nastawienie interpretacyjne przejawia się już w tytułach *edytoriali*, choć nie są to tytuły specjalnie atrakcyjne. Oto kilka przykładów bez podawania lokalizacji: *Polska dla Europy*; *Wybieramy Auto nr 1 w Polsce*; *Jesteśmy w Unii Europejskiej*; *Już czekamy na Fiata Trepiano*; *Kurs samoobrony nie wystarczy*; *Zapłacimy za recykling?*; *Więcej optymizmu*; *Odrobina optymizmu*; *Znowu zima*; *Liderzy rynku*.

Uwypuklając funkcję tworzenia i podtrzymywania więzi z czytelnikami, redaktorzy pism motoryzacyjnych formułują rady dotyczące spraw żywo odbiorców interesujących, więc np. oceny różnych rodzajów paliwa czy zasad postępowania umożliwiającego uzyskanie oszczędności polegających na zmniejszeniu zużycia paliwa. Oto stosowne fragmenty *edytoriali*:

- (38) Teraz postanowiliśmy rozwiązać kolejne wątpliwości kierowców: czy warto więcej zapłacić i tankować benzynę o wyższej liczbie oktanowej, niż zaleca producent samochodu? [AS, 2003/31];
- (39) Niewielu kierowców zdaje sobie sprawę z tego, że spokojna technika jazdy bez gwałtownych zrywów i „kręcenia” silnika do wysokich obrotów też pozwala zaoszczędzić paliwo. [AS, 2002/32].

¹³ Ibidem, s. 118–119.

W tej samej strategii komunikacyjnej mieszczą się deklaracje towarzyszenia czytelnikom w śledzeniu trendów i zmian na rynku motoryzacyjnym:

- (40) Miejmy nadzieję, że obejmie on [chodzi o optymizm, który wyrażają producenci aut – dop. M. W.] również wszystkich naszych Czytelników, że spełnią się ich liczne marzenia, w tym również i te o nowym aucie. Będziemy pomagać w ich realizacji, dostarczając co tydzień świeżych informacji o nowych modelach, zamieszczając testy i porównania. Postaramy się też, tak jak w mijającym roku, by przynajmniej kilku Czytelników zostało właścicielami nowych aut, które będą do wygrania w naszych konkursach. Życzymy spełnienia marzeń. [AS, 2002/51/52].

W komentarzach interpretująco-zapowiadających z prasy motoryzacyjnej brak wszystkich charakterystycznych dla tego typu *edytoriali* technik stylizowania wypowiedzi. Przypomnę, że przedstawiając komentarze redakcyjne z różnych pism i magazynów poradnikowych, zwracałam uwagę na trzy różne style zapowiadania: „zajawkowy” (*zajawką* nazywają dziennikarze zapowiedź), recenzyjny i reklamowy¹⁴. W prasie motoryzacyjnej pojawia się z reguły ten pierwszy, gdyż, anonsując wybrane publikacje z konkretnego numeru pisma, redaktorzy naczelni wprowadzają formuły odsyłające. Oto przykład:

- (41) Pomiarów mocy, momentu obrotowego, toksyczności spalin oraz jakości benzyn dokonywaliśmy w specjalistycznych laboratoriach i warsztatach (strona 28). I co się okazało? [AS, 2003/31].

Aby pokazać możliwości zmiany konwencji redagowania *edytoriali*, odwołam się na koniec do tekstu, który łączy różne style wysłowienia i zakresy adaptacji gatunku. Jest to wypowiedź redaktora naczelnego „Auto+”, realizująca typowy dla tego magazynu rodzaj stylizacji komentarza, nawiązującego do formy oficjalnego listu, z wbudowanymi w niej życzeniami świątecznymi, powiązanymi ściśle z anonsowaniem zawartości numeru. O oryginalności wysłowienia decyduje jeszcze łączenie tonu rzeczowego z doradzaniem, posługiwanie się aluzjami i innymi środkami obrazowania, nadającymi wypowiedzi formę komunikatu sugestywnego. Oto ów *edytorial* w całości:

- (42) **Szanowni Czytelnicy** Na tradycję nie ma mocnych, więc nie wypada, by w artykule wstępnym do świąteczno-noworocznego „auto+” zabrakło życzeń. W przypadku nas, polskich kierowców, lista życzeń mogłaby być długa jak nogi Jennifer Lopez, ale ja ograniczę się tylko do kilku. Po pierwsze, życzę sobie i Wam, byśmy mogli przez cały rok szaleć po drogach takimi samochodami jak Aston Martin (str. 70). Życzę nam, by stać nas było pod choinkę podarować żonom, matkom, kochankom takie auto jak nowa Honda Civic (str. 12) czy Renault Clio (str. 42). Naszymi wymarzonymi samochodami wyruszmy w wakacyjne podróże drogami tak niezwykłymi jak prowadząca z Paryża nad Morze Śródziemne (str. 50), a nie polskimi „autostradami”. Niech w podróżach towarzyszą nam kobiety tak piękne jak

¹⁴ Ibidem, s. 120.

hostessy ozdabiające swą obecnością targi motoryzacyjne (str. 74). A na koniec życzę nam wszystkim: kierowcom, producentom samochodów i dilerom, by w przyszłym roku w Polsce sprzedano więcej nowych aut niż w Albanii, a benzyna kosztowała mniej niż piwo. Zapraszam do lektury. Redaktor naczelny Cezary Jęksa [A, 2006/1].

Analiza *edytoriali* z prasy motoryzacyjnej pokazuje, jak bardzo złożony jest charakter interferencji gatunkowych charakterystycznych dla tego typu komentarzy prasowych. Adaptacje globalne zyskują dwa zasadnicze kierunki, gdyż realizują się w postaci nawiązań do konwencji komentarza autonomicznego lub konwencji epistolarnej, adaptacje cząstkowe zaś wynikają z kontaminacji struktury autonomicznego komentarza prasowego¹⁵ lub listu ze strukturą zapowiedzi prasowej. Ogranicza się w ten sposób typowe dla *edytoriali* zakresy interferencji stylistycznych, rezygnując z pokrewieństwa ze stylem recenzji lub reklamy. Zasada redukcjonizmu genologicznego działa w tym przypadku jedynie jako reguła selekcyjna, choć w indywidualnych przypadkach można mówić także o próbach tworzenia konwencji własnych (por. przykład 42).

3. Komunikaty stanowiące właściwą publicystykę magazynów

3.1. Sposoby redagowania wzmianek

Wzmianka jest takim gatunkiem przekazu prasowego, który świetnie się nadaje do przekazywania lakonicznych informacji o wielu aktualnych wydarzeniach¹⁶. W prasie motoryzacyjnej jest to zwykle zbiór wypowiedzi (nawiązanie do konwencji wzmianki seryjnej) sygnowanych wspólnym tytułem i zawierających dane o ważnych zdaniami redakcji wydarzeniach na rynku motoryzacyjnym¹⁷. Wzmianki nie występują zatem w magazynach motoryzacyjnych jako samodzielne komunikaty. Sposób ich redagowania sprawia przy tym, że nawiązują zarówno do wzorca kanonicznego, a więc są realizacją reguł gatunkowych wzmianki z dominantą informacyjną, jak i do wzorców alternacyjnych, które przesadzają o kształcie wzmianek z dominantą publicystyczną.

Wzmianki z dominantą informacyjną to dla przykładu publikowane w dziale *Nowości* prezentacje pojedynczych nowych modeli aut określonej marki. Komunikaty te mają schematyczną budowę, gdyż składają się z tytułu (zawsze nazwa modelu) i krótkiego korpusu, przybierającego w niektórych seriach kształt reali-

¹⁵ Wyznaczniki gatunkowe tego typu komentarza zostały opisane w: M. Wojtak: *Gatunki prasowe...*, s. 170–192.

¹⁶ *Ibidem*, s. 39–55.

¹⁷ Por. M. Wojtak: *Przejawy sztuki stylizatorskiej...*, s. 181–182.

zacji matrycy tekstowej, w ramach której pomieszczone są podstawowe dane techniczne i informacje o osiągnięciach samochodu. Serię urozmaica wtedy jedynie materiał ikonograficzny. Oprócz tak zredagowanych działów pojawiają się realizacje nieco mniej schematyczne, gdy korpus zawiera odwołania do opinii producentów lub inne przekształcenia, które nie oddalają go jednak zbyt od wspomnianego schematu. Oto przykład:

- (43) **Audi R8** Zaprezentowany w 2003 roku, podczas frankfurckiego salonu samochodowego, prototypowy model Audi Le Mans, wejdzie do seryjnej produkcji. Samochód będzie wytwarzany w fabryce w Neckarsulm. Koszt przygotowania linii produkcyjnej supersportowego auta, które według prezesa zarządu Audi AG Martina Winterkona jest hołdem oddanym sukcesom sportowym firmy, wyniósł ponad 28 milionów euro. Do salonów nowy model trafi jako R8 [A, 2006/1].

Serie wzmianek z dominantą informacyjną mogą być mniej schematyczne także ze względu na ich tematyczne zróżnicowanie. Tak można scharakteryzować stały dział „Motoru” zatytułowany *W skrócie* (zwróćmy uwagę na pokrewieństwo ze wzmiankami z prasy ogólnej), gdzie redaktorzy umieszczają krótkie komunikaty, dotyczące nowości na rynku motoryzacyjnym, różnych wydarzeń z rynków konkretnych krajów, prognozują, przewidując, jakie tendencje na owych rynkach się ustabilizują itd. Wzmiankom, które przekazują wspomniane treści, nadają kształt wypowiedzi rzeczowych i precyzyjnie powiadamiających o konkretnym fakcie lub zdarzeniu. Tytuł takiej wzmianki jest na ogół powiadomieniem (w wersji zdaniowej lub równoważnikowej), a korpus uzupełnia dane zawarte w tytule i ma konstrukcję odwróconej piramidy, gdyż informacja najważniejsza zawarta jest w pierwszym zdaniu, a szczegóły pojawiają się w kolejnych wypowiedzeniach. Dominuje ton rzeczowy ze względu na użycie leksyki wspólnoodmianowej lub potocznej z rejestru neutralnego i takich pokładów leksyki fachowej, które są znane szerokiemu gronu czytelników. Odwołajmy się do przykładu:

- (44) **12 mln Renault w Hiszpanii.** Z taśmy fabryki Renault w hiszpańskiej Palencji zjechał 12-milionowy samochód tej marki. To Megane w wersji Sport. Zakład działa od 1953 roku, a pierwszym autem, jakie tam budowano, było Renault 4CV (na zdjęciu). W Hiszpanii poza Palencją fabryki Renault są także w Valladolid i Sewilli. Powstają tam silniki, skrzynie biegów, a także samochody Modus [M, 2006/7].

W odmienny sposób realizuje konwencję wzmianki magazyn „Wysokie Obrotu”, w którym w dziale *Nowości* pomieszczone są komunikaty o wyrazistej stylizacji wizualnej (nawiązanie do stylu prezentacji typowego dla prasy młodzieżowej), a więc wypowiedzi drukowane na apli ze zróżnicowaniem kształtu geometrycznego tak kształtowanego kolorowego tła i uzupełnieniem o atrakcyjnie skonfigurowany materiał ikonograficzny. Liczy się dynamizm prezentacji

osiągany także za pośrednictwem indywidualizującego sposobu redagowania części komunikatu. Części, gdyż tytuły są schematyczne i sprowadzone do nazwy marki czy raczej modelu prezentowanego samochodu. Rzadko pojawia się tytuł zawierający innego rodzaju informacje. Stylizacyjna inwencyjność obowiązuje zaś w korpusach. Pojawiają się w nich podstawowe informacje o samochodzie, podane jednak w oryginalny sposób, a więc sugestywnie i obrazowo, czasem też niebanalnie. Wypowiedź łączy funkcję w miarę precyzyjnego powiadamiania z rolą dyskretnego interpretowania. Jako przykład niech posłuży następująca wzmianka:

- (45) **Auto dla 20-lątka** Nowa edycja popularnego w Japonii i USA [...] młodzieżowego pojazdu wyróżnia się mniej kanciastym nadwoziem. Kierowca autka może poczuć się w jego wnętrzu jak w klubie lub na dyskotecę. To zasługa sprzętu audio z dziesięcioma głośnikami [...] oraz zainstalowanych w różnych miejscach kabiny, pulsujących w rytm muzyki punktów świetlnych. [...] Bez większych zmian pozostały natomiast zespoły napędowe [...]. Obłe kształty, zwłaszcza przedniej części karoserii nadano z myślą o maksymalnej ochronie pieszych [WOb, 2006/1].

Za realizację konwencji wzmianki z dominantą publicystyczną należy uznać też takie wypowiedzi, w których pojawiają się pytania na początku korpusu i inne elementy dynamizujące komunikat (np. przytoczenia lub dość bliskie przytoczeniom parafrazy słów ludzi związanych z motoryzacją).

Redaktorzy pism motoryzacyjnych nie przekształcają konwencji gatunkowych wzmianki w znaczącym stopniu, a redukcjonizm genologiczny w odniesieniu do tego gatunku polega na redukcji jednej z odmian, a mianowicie wzmianki autonomicznej, gdyż nie jest ona nośnym komunikacyjnie typem wypowiedzi i nie mieści się w zwyczajach redakcyjnych tego typu magazynów (w ich makiecie).

Wspomnieć jeszcze tylko wypada, że miesięcznik „Wysokie Obroty”, nawiązując do praktyk typowych dla prasy poradnikowej (kobiecej dla przykładu), posługuje się wzmiankami jako budulcem korpusu wypowiedzi o kształcie wiadomości. W tekście zatytułowanym *Relacja z targów Detroit 2006* po opisowym lidzie (z elementami komentarza) pojawia się korpus (bogato i dynamicznie ilustrowany) złożony z konstelacji wzmianek skomponowanych schematycznie, a więc z tytułem zawierającym nazwę modelu i lakonicznym korpusem, który zawiera uwagi o przedstawianym modelu podane w tonie rzeczowym, choć bez szablonowości. Oto przykład jednego składnika takiej konstelacji:

- (46) **FROD F-250 SUPER CHIEF** Choć nazwa zaczerpnięta została od luksusowego pociągu kursującego w latach 1937-1971, ten samochód bardziej związany jest z przeszłością. Doładowany silnik V10 może być napędzany wodorem, etanolem lub benzyną. Monumentalne kształty karoserii wskazują stylistyczną drogę, jaką będzie podążał Ford w projektowaniu pickupów [WOb, 2006/1].

3.2. Teksty poradnikowe o kształcie wiadomości

Są one genologiczną osobliwością charakterystyczną dla pism oceniających jakieś urządzenia (zwłaszcza pojazdy), a więc prasy rowerowej, poświęconej motocyklom i prasy prezentującej samochody¹⁸. Z moich dotychczasowych ustaleń wynika, że są to wypowiedzi przez redakcje postrzegane jako *testy*, *supertesty*, *megatesty*, *testy porównania*. Używana jest też nazwa *test telegram* na oznaczenie jednego z typów takich komunikatów¹⁹. Czym motywowane są owe nominacje, które mogą być odbierane jako kwalifikacje gatunkowe odnośnych wypowiedzi? Uzasadnieniem podstawowym jest treść komunikatów, która ogranicza się do prezentacji wyników sprawdzianu, jakiemu poddawany jest określony pojazd lub grupa pojazdów. Do konwencji testu (sprawdzianu) nawiązują też wypowiedzi uzupełniające komunikat główny. Są to wzmianki (lub tylko sygnały) towarzyszące zdjęciom, tabele zawierające dane techniczne samochodu, a także segment zawierający ocenę ogólną w postaci cyfry (jak ocena szkolna) i wyliczenia cech dodatnich i cech odbieranych jako niedogodność. Oba rodzaje wypowiedzi funkcjonują zatem jako kolekcja gatunkowa obejmująca współwystępujące typy przekazów prasowych, pełniących tę samą funkcję. Ponieważ istnieje coś takiego, jak strukturalne zwieńczenie całości w postaci tytułu cyklicznego: *Auto Świat Test telegram* + nazwa marki i modelu czy *Auto Świat Porównanie* + nazwy sprawdzanych modeli, można wspomniane wypowiedzi traktować jako charakterystyczne dla prasy motoryzacyjnej gatunki wypowiedzi poradnikowych, funkcjonujących jako gatunki w formie kolekcji. Nazwy stosowane przez redakcje pism nie mają zakotwiczenia w genologii, można więc je uznać za gatunkowe na mocy arbitralnej decyzji lub zaproponować nowe terminy. Niestety trudno znaleźć termin lakoniczny, więc roboczo proponuję określenie *wypowiedzi poradnikowe o kształcie wiadomości*.

Stanowią one podstawową formę publicystyki w prasie motoryzacyjnej. Kolekcja składa się z tekstu będącego mutacją wiadomości (adaptacja gatunkowa) oraz wymienionych już tekstów satelickich. Owe komunikaty towarzyszące wypowiedzi uznawanej za główną mają trwałą formę, wypada więc poświęcić im kilka słów na początku charakterystyki całej kolekcji. Tabelki z danymi technicznymi nie wymagają specjalnych omówień. Także sygnały towarzyszące zdjęciom nie budzą specjalnej ciekawości, gdyż są na ogół sformułowane jako rzeczowe komunikaty objaśniające. Segment zawierający ocenę ostateczną przedstawia zarówno walory ocenianego auta, jak i cechy uznane za mniej atrakcyjne. Kształt owego segmentu zależy też od tego, czy oceniany jest jeden samochód, czy kilka pojazdów. Nie stosuje się w ocenach żadnych gier językowych

¹⁸ Mogą się też pojawiać w pismach komputerowych.

¹⁹ M. Wojtak: *Przejawy sztuki stylizatorskiej...*, s. 180.

lub innych symptomów zabawy (a taka praktyka była charakterystyczna swego czasu dla prasy rowerowej), lecz wprowadza waloryzowanie kilku parametrów technicznych auta. Oto dla przykładu ocena jednego samochodu:

- (47) + [plusy – dop. M.W.] Oszczędny silnik, dobra relacja ceny do wyposażenia, skuteczne hamulce; – [minusy] Mały bagażnik, brak ESP i kurtyn, mało atrakcyjny design karoserii, brak radia [AS, 2003/46].

W segmencie oceniającym kilka pojazdów pojawia się ich ranking oraz wyszczególnienie plusów i minusów pod nazwą marki auta:

- Renault** (plusy) – żwawa jednostka napędowa – dużo miejsca z przodu – pojemna przestrzeń ładunkowa – niska cena; (minusy) – najniższa ładowność w teście – słaby układ hamulcowy;
Opel (plusy) – najniższe zużycie paliwa w teście – skuteczny układ hamulcowy – przestronne wnętrze; (minusy) - wysoka cena – najmniejszy bagażnik – mało dynamiczna jednostka napędowa;
Peugeot (plusy) największy bagażnik po złożeniu siedzeń – wysoka ładowność komfortowo zestrojone zawieszenie; (minusy) - najwyższe spalanie – tylko roczna gwarancja – wysoko poprowadzony próg załadunkowy [AS, 2003/46].

Schemat strukturalny wypowiedzi podstawowej w charakteryzowanej kolekcji już kiedyś omawiałam, ograniczę się tutaj więc do przypomnienia kwestii najważniejszych²⁰.

Wypowiedź przedstawiająca ocenę jednego samochodu ma strukturę dwusegmentową, obejmującą tytuł cyklu i tytuł konkretnego tekstu oraz dość rozbudowany korpus podzielony na części śródtytułami, które stanowią swego rodzaju kompozycyjne rusztowanie i są powielane w kolejnych realizacjach: *Nadwozie/jakość*; *Układ napędowy/osiągi*; *Układ jezdny/komfort*; *Koszty/bezpieczeństwo*.

Tytuły całości były niegdyś poddawane różnorodnym zabiegom stylizacyjnym. Ostatnio ta tendencja się osłabiła i we wspomnianych typach wypowiedzi przeważają tytuły oceniające: *Udana operacja* (o połączeniu Nissana i Renault); *Luksus z dieslem*; *Bez adrenaliny*; *Sportowy inaczej* (w tym tytule można się dopatrywać aluzyjności); *Uszlachetniony*; *Wodoodporny?*; *Jak Romeo i Julia*; *Wspomnienie lata* lub tytuły informacyjne: *Transportowiec*; *Sposób na życie*; *Luksus i sport*; *Na dalekie wojaże*; *Jedyny w gamie*; *Nie warto uciekać*; *Auto dla odważnych*; *Wskaźnik wzrostu*.

W poszczególnych segmentach korpusu dominuje narracja rzeczowa i stonowana w warstwie stylistycznej, choć zdarzają się też fragmenty z neologizmami, nadającymi całości formę komunikatu obrazowego i sugestywnego. Oto wybrane przykłady:

²⁰ Ibidem.

- (48) **Układ jezdny/komfort** Wygodnie, wręcz komfortowo, ale bez „rajdowania”. Miękkie zawieszenie powoduje silne bujanie się karoserii, a zmienianie obciążenia w czasie pokonywania łuku nie jest dobrym pomysłem [AS, 2002/27];
- (49) Zawieszenie auta zasługuje na pochwałę – nawet na złych nawierzchniach prowadzi się ono stabilnie i dobrze utrzymuje kierunek jazdy, jest też stosunkowo mało wrażliwe na koleiny. Komfort jazdy powyżej przeciętnej w tym segmencie aut [AS, 2003/48];
- (50) Nie jest to z pewnością samochód dla ludzi ceniących sobie komfortowe przejeżdżanie przez wyboje. [...] Jadący odczuwają nawet niewielkie nierówności. Za to szybka jazda krętymi drogami to czysta przyjemność [...] [AS, 2003/30].

Wypowiedzi, w których przedstawia się określony model samochodu, będącego nowością na rynku, lub porównuje się jakość dwóch pojazdów, nie mają tak schematycznego korpusu (choć może on być podzielony na segmenty sygnowane tytułami) i nawiązują w szerszym zakresie do struktury wiadomości. Są to wypowiedzi trójsegmentowe złożone z tytułu, w którym mieszczą się zarówno elementy standardowe, jak i indywidualne, lidu oraz korpusu. Każdy z tych składników poddawany jest uatrakcyjniającym zabiegom stylizacyjnym²¹. Obecnie część tych conceptów już nie funkcjonuje, a wypowiedzi dziennikarskie są jedynie lekko stylizowane na komunikaty sugestywne.

W tytułach przejawia się to w używaniu formuł oceniających, wprowadzaniu środków stylistycznego zdobnictwa lub posługiwaniu się aluzją czy użyciu neologizmów. Dzięki tym zabiegom tytuły zyskują formę atrakcyjną i mogą zatrzymać uwagę czytelników. Oto wybrane przykłady bez lokalizacji: *Wyjście z cienia; Unisex; Perła na torze; Co za dużo, to niezdrowo; W rytmie flamenco; Obrazki z wystawy; Boski wóz; Białe szaleństwo; Nostalgia i nowoczesność; Nareszcie dla ludu!; Ogień pod miękką czapkę; Chrabąszcz bez pancerza; Mali czarodzieje; Nowoczesny konserwatysta.*

W doborze lidów można dopatrywać się następujących prawidłowości: przeważają lidy pojedyncze i lidy streszczające, nieco rzadziej pojawiają się lidy komentujące. Ostatnio jednak redaktorzy pism motoryzacyjnych starają się wychodzić poza standard i wprowadzają lidy o interesującej stylistyce, a więc eksponujące indywidualny punkt widzenia i indywidualne sposoby wysłowienia, oraz lidy dialogowe, zaadresowane bezpośrednio do czytelników. Odwołajmy się do wybranych przykładów:

- (51) Czy dwa samochody złożone z tych samych klocków mogą mieć różne charaktery? Nawet nie wiecie jak bardzo [WOb, 2006/1];
- (52) Co ma zrobić indywidualista w czasach unifikacji? Nie tracić nadziei. Są firmy, które o nim pomyślały. Chce oryginalne auto? Żaden problem. O ile ma gruby portfel... [WOb, 2006/1];
- (53) Kompaktowemu Renault obecnemu na naszym rynku nie można odmówić wyrazistości. Jednak latka leca... [A, 2006/1];

²¹ Por. M. Wojtak: *O przemianach w języku mediów...*, s. 328–332; tejsze: *Przejawy sztuki stylizatorskiej...*, s. 181–187.

- (54) Podróżowanie samolotem z przesiadką w Monachium może być przyczyną..., no, może niekoniecznie wielu groźnych chorób, ale z pewnością jest szansa, że szlag człowieka trafi. Ze złości [A, 2006/1];
- (55) Samochód stał się już przedmiotem codziennego użytku. Ma być prosty w obsłudze, bezpieczny i wygodny. Ale czy konstruktorzy nie przesadzają z tą wygodą? [A, 2006/1].

O tendencjach w redagowaniu korpusów pisałam już w innych opracowaniach, zwracając uwagę na modę przejawiającą się w stosowaniu wyszukanych konceptów, zwłaszcza metafor konceptualizujących najważniejsze składniki przedstawianego świata. W wielu wypowiedziach typowa dla konceptu niezgodna zgodność czy też zgodna niezgodność zamieniała się w zwyczajną (często kiczowatą) niezborność²². Obecnie ta tendencja nieco osłabła. Autorzy wypowiedzi oceniających starają się przede wszystkim przedstawić najważniejsze walory modelu samochodu, zbierając argumenty wynikające z prezentacji wyników prób, jakim poddawali samochód. Porównajmy dla przykładu następujące fragmenty:

- (56) Jego zawansowana konstrukcja da kierowcy stałą kontrolę nad pojazdem i będzie źródłem czystej przyjemności z jazdy [AS, 2006/11];
- (57) Auto wyraźnie urosło i nabrało oglady, gabarytami przeskoczyło nieco konkurencję [...]. Zrezygnowano z kontrowersyjnej stylistyki na rzecz „grzecznych” linii. Poprawiono wyraźnie jakość wykończenia i materiały [AS, 2006/11].

Starają się też nadawać swym wypowiedziom kształt komunikatów ujętych w stylistyce interakcyjnej, a więc z użyciem form językowych sygnalizujących dialogowe nastawienie:

- (58) A może to błąd? Przecież zdarzają się przypadki, kiedy to schodzące z rynku modele są znacznie tańsze niż mniej przestronne nowości. [...] Co więc robić? To proste. Przy braku zdecydowanego faworyta, załóżmy, że mamy do wydania określoną kwotę i rozejrzemy się po salonowych ofertach. [AS, 2006/11];
- (59) Toyota niedawno wypuściła na rynek swoje maleństwo – Aygo. [...] A jak z wrażeniami z jazdy? Aygo okazuje się zwinne niczym gokart. [...] Yaris wcale nie jest specjalnie „miękki”, jednak na tle mniejszej Toyoty różnica okazuje się odczuwalna [AS, 2006/11].

Można znaleźć fragmenty napisane z humorem:

- (60) Trzeba się tylko przyzwyczaić do spartańskich rozwiązań technicznych: klapę Dacii przytrzymują sprężyny przypominające te ze starych tapczanów. Oba samochody są w środku bardzo plastikowe, jednak to Logan pod względem owej „plastikowości” okazuje się liderem tandety [AS, 2006/11]; (61) Dla kochających zakręty niski komfort resorowania będzie uczciwą ceną za świetne prowadzenie, jednak mniej zdesperowani fani marki i twardych amortyzatorów mogą się poczuć „wstrząśnięci” [AS, 2006/11].

²² M. Wojtak: *Przejawy sztuki stylizatorskiej...*, s. 185–188.

Wypowiedzi poradnikowe o kształcie wiadomości wraz z towarzyszącymi im komunikatami, tworzącymi kolekcję gatunkową trzeba uznać za utrwalone w praktyce komunikacyjnej genologiczny twór charakterystyczny dla prasy motoryzacyjnej (co oczywiście nie znaczy, że tego rodzaju przekazy nie mogą funkcjonować w innych rodzajach prasy wyspecjalizowanej).

4. Konkluzje

Prasa motoryzacyjna zawiera zbiór gatunków wypowiedzi dobieranych i kształtowanych zgodnie z zasadą redukcjonizmu genologicznego. Do przejawów i skutków działania wspomnianej zasady należą następujące zjawiska:

- redukcja niektórych gatunków wypowiedzi prasowej lub ich odmian gatunkowych (niektóre gatunki, np. wybrane odmiany komentarza, felieton czy reportaż, są pomijane tylko w niektórych magazynach);
- traktowanie wybranych gatunków jako efemerycznych (por. dla przykładu częstość pojawiania się sylwetki czy wywiadu);
- trwała obecność kilku gatunków tradycyjnych i znanych z innych typów prasy (wzmianka czy notatka prasowa);
- dominacja gatunków (lub odmian gatunkowych) nowych, charakterystycznych dla prasy poradnikowej (lub wybranych typów owej prasy): zapowiedź autonomiczna w formie kolekcji, edytorial, wypowiedź poradnikowa o kształcie wiadomości i gatunki współtworzące zbiór tekstów oceniających.

Dobór gatunków wypowiedzi związany jest ze specjalizacją tematyczną tej prasy oraz stylem komunikacji z czytelnikami (komunikacja interakcyjna), a także kreowaniem wizerunku pisma, któremu przypisywana jest rola doradcy, przyjaciela i wybawiającego z kłopotów eksperta.

Analiza działania zasady redukcjonizmu genologicznego w prasie motoryzacyjnej pokazuje, jakie formy i kierunki przybierać może gatunkowa transgresyjność.

Summary

The author presents how the rule of genealogical reductionism is reflected in the motor press pertaining to the choice of genre of written pieces

The analysis shows that the motor press omits certain genres of written forms. Some are lacking in all the magazines, some are forced out from certain journals.

Some genres, which are chiefly commentarial appear rarely or sporadically. This also relates to an outline, a report, an interview and some variations of commentaries.

Another example of the functioning of the rule of genealogical reductionism is the domination of some peculiar forms of transmission, mainly such forms (and their variations) as autonomous announcement under the form of a collection, specific editorial commentary, special realization of the convention of mentioning as series, advisory commentary as a news piece creating an ensemble of genres with certain types of judgmental commentaries.

The motor press shows, how such forms may be characterized by genre transgression.