Zeszyty **PRASOZNAWCZE**
Kraków 2025, t. 68, nr 3 (263), s. 89–107
DOI: 10.4467/22996362PZ.25.034.22217
www.ejournals.eu/Zeszyty-Prasoznawcze/

GRY KOMUNIKACYJNE JAKO MANIFESTACJE INTENCJI NADAWCY RADIOWEGO NA PRZYKŁADZIE POLSKIEGO RADIA DZIECIOM I *Детское радио* (DETSKOE RADIO)

Alena Podviazkina
0000-0002-2677-3517
Instytut Nauk o Komunikacji Społecznej
Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie

ABSTRACT

Communicative Games as Manifestations of the Broadcaster's Intentions: A Case Study of Polskie Radio Dzieciom and Detskoe Radio

The aim of this article is to examine the intentionality of communicative games in children's radio broadcasting, using two stations as case studies: Polskie Radio Dzieciom (Polish Radio for Children) and the Russian *Детское радио* (Children's Radio). The study is based on the analysis of 868 hours of recorded material – approximately 420 hours from Polskie Radio Dzieciom and 448 hours from *Детское радио*. Communicative games, understood analogously to the concept of language games as defined by Danuta Kępa-Figura, involve either intentional transgressions of communicative norms or unintentional violations perceived by the audience as playful interaction. The analysis presented in this article serves as a verification of Kępa-Figura's findings regarding the functional nature of communicative games – confirming their significant role in expressing the broadcaster's intentions and engaging the audience in the medial communication process. The primary function of communicative games in children's radio is the phatic function, which is complemented by expressive, persuasive, and performative functions. Each function is realized through specific linguistic strategies and devices. Despite differences in the media systems of the two broadcasters (public vs. state-owned commercial), the linguistic layer of their programming reveals notable similarities, suggesting the existence of universal communicative mechanisms in children's radio. The cognitive value of this study lies in demonstrating that communicative games constitute an essential tool of interaction in children's radio broadcasting and play a crucial role in shaping the broadcaster-listener relationship.

Keywords: communicative games, children's radio, speech functions, phaticity, expressivity, persuasiveness, performativity

Tradycja audycji dziecięcych w Polsce i w Rosji sięga pierwszej połowy XX wieku, kiedy radio pełniło zarówno funkcję edukacyjną, jak i wychowawczą. Współcześnie stacje radiowe, takie jak Polskie Radio Dzieciom i rosyjskie *Детское радио* (Detskoe Radio), kontynuują tę misję, dostosowując treści do zmieniającego się świata mediów. Mimo rozwoju technologii cyfrowych i dominacji treści audiowizualnych radio dziecięce zachowuje swoją istotną rolę, oferując unikalne formy kontaktu oparte na wyobraźni, dźwięku i dialogu.

Polskie Radio Dzieciom jest stacją publiczną finansowaną ze środków publicznych, należy do holdingu Polskie Radio S.A. Tymczasem *Детское радио* stanowi część największego rosyjskiego holdingu radiowego *ГПМ – Газпром-Медиа Радио* (GPM Gazprom-Media Radio), którego właścicielem jest Gazprom, będący przedsiębiorstwem państwowym. Polskie Radio Dzieciom, wolne od komercyjnych wpływów, może w pełni realizować misję edukacyjną i kulturową, dostarczając treści, które wspierają rozwój najmłodszych słuchaczy, kształtując ich wartości i tożsamość. W przeciwieństwie do niego *Детское радио*, choć pełni funkcje misyjne, jest uwikłane politycznie i komercyjnie, co wpływa na treści emitowane na jego falach.

Obie stacje, mimo różnic w organizacji i sposobie finansowania, realizują zbliżone cele – nie tylko edukują i wychowują, ale także aktywnie angażują odbiorców w proces komunikacji. Istotnym narzędziem tego zaangażowania są gry komunikacyjne, które poprzez różne mechanizmy językowe wzmacniają interakcję ze słuchaczami i odzwierciedlają intencje nadawcy. Używając określenia *gra komunikacyjna*, uwzględniam w jego charakterystyce wszystkie cechy łączone z *grą językową* w jej szerokim rozumieniu, zaproponowanym przez Danutę Kępę-Figurę (2004, s. 78), zwracam jednak uwagę na to, że najważniejszą właściwością zjawiska przeze mnie badanego jest wywołanie efektu komunikacji.

Za grę komunikacyjną uznaję zatem – zgodnie z ujęciem Kępy-Figury – zabieg polegający na intencjonalnie ukierunkowanym przekroczeniu reguł komunikacyjnych (albo nieświadomym ich naruszeniu, odbieranym przez adresata jako gra). W niniejszym artykule przyjmuję, również za Kępą-Figurą, że gry komunikacyjne pełnią cztery funkcje: fatyczną, ekspresywną, nakłaniającą i sprawczą (Kępa-Figura 2009a).

Fatyczność gier komunikacyjnych w Polskim Radiu Dzieciom i w Детском радио

Podstawową funkcją gier komunikacyjnych jest funkcja fatyczna, czyli nawiązanie lub podtrzymywanie kontaktu – fizycznego i/lub psychicznego związku między nadawcą a odbiorcą (por. Kępa-Figura 2009a, s. 110; Prokofieva 2013, s. 38). Co ciekawe, Roman Jakobson zauważył, że funkcja fatyczna to „pierwsza funkcja słowna, którą opanowują dzieci: zdradzają one skłonności do komunikowania, zanim są zdolne nadawać lub odbierać komunikat zawierający informację" (Jakobson 1976, s. 31).

Realizacja funkcji fatycznej wiąże się z istotą gry. Kępa-Figura, analizując komunikację radiową, pisze:

> przeprowadzenie [gry językowej – A.P.] jest przecież możliwe, gdy odbiorca jest w stanie zauważyć działanie gry. Funkcja ta jest szczególnie istotna w przypadku sytuacji komunikacyjnych, w których adresat nie może (lub prawie nie może) być wskazany z imienia i nazwiska. Dla komunikacji radiowej jest zaś szczególnie cenna, ponieważ wpływa na opłacalność nadawania (Kępa-Figura 2004, s. 105).

W swoich publikacjach zarówno Danuta Kępa-Figura, jak i petersburska badaczka Natalia Prokofieva, pracując niezależnie od siebie, przedstawiają grę językową jako jeden z głównych mechanizmów komunikacji fatycznej, przepisując jej funkcje cząstkowe: nawiązanie, podtrzymywanie i zakończenie kontaktu (por. Prokofieva 2013). Według Prokofievej gry językowe oraz inne narzędzia komunikacji fatycznej służą rozrzedzeniu informacyjności tekstów medialnych. W taki sposób w rosyjskich badaniach określa się przenikanie się informacyjności z fatycznością.

Do pokazania realizacji fatyczności za pomocą gier komunikacyjnych wybrałam 9 fragmentów próby badawczej[1]:

(1) Ci ludzie, okazuje się, że to nie jest jedna osoba, tylko duża drużyna. Ogromna drużyna w miejscowości Gorham w United States, czyli w Stanach Zjednoczonych, postanowiła się zjednoczyć i zrobić coś szalonego. I w ramach tego szalonego pomysłu przejechali 2624 km na hulajnodze. Zwykłej, ale drużynowej. A jak daleko wy w swoim życiu dojechaliście? Jaka była największa wyprawa, na jaką się rzuciliście? Jaka udało wam się zrobić na hulajnodze? No jak najdalej pojechaliście, za jednym razem. Zadzwońcie, opowiedzcie 22 645 20 55.
(24.06.2019, 16:00, „Popołudnik w PRD")

(2) No co za pies z tego Henia, przyznacie, że jest naprawdę niezwykły i pięknie śpiewa i książki pisze i reżyseruje sztuki, musicale w dodatku. Do Teatru Nowego w Łodzi wrócimy oczywiście, a tymczasem chciałabym się dowiedzieć, czy jest wśród was ktoś, kto ma psyjaciela, takiego na przykład psygarniętego ze schroniska?
(24.06.2019, 19:30, „Jedynka dzieciom")

(3) A tobie co jeszcze się, kochanie, kojarzy z wiosną? Jaki jeszcze inny zwierz?
D2: Bocian.
P: Bocian. No tak, bociany dzisiaj się pojawiają. Wcześniej też się pojawił w rozmowie, zdecydowanie. A widziałaś już nadlatujące bociany?
(28.03.2019, 7:00, „Poranek w PRD")

(4) Dźwięk dobry! Agnieszka Kunikowska. Zapraszam Was na niedzielne spotkanie i łapanie dźwięków. W co łapiemy nasze dźwięki? Ci, którzy słuchają programu regularnie, wiedzą to doskonale. Ci, którzy są z nami dzisiaj po raz pierwszy, dowiedzą się już za chwilę. Otóż dźwięki łapiemy w dźwiękołapkę. Raz, dwa, trzy łapiesz Ty.
(31.03.2019, 10:00, „Dźwięk dobry")

[1] Na próbę badawczą złożyły się 4 tygodni nagrań, to znaczy około 868 godzin nagrań – w tym około 420 godzin nagrań Polskiego Radia Dzieciom i 448 godzin nagrań stacji *Детское радио*.

(5) P2: Spotykamy się w rodzinnym torze, na rodzinnym torze przeszkód, w niedzielę o 18:10. I wtedy to także usłyszycie kolejny odcinek opowieści „Listy do A". Dziękujemy bardzo. Justyna Majchrzak.
P1: Agnieszka Kunikowska. Pa-pa. Do zaczytania!
P2: Do zaczytania!
(26.06.2019, 19:00, „Wieczorne Pogaduchy" – „Klub Książkomaniaka")

(6) *Значит так, всего планет* 8. 4 *не очень большие планеты. Ээ, Меркурий, Венера, Земля и Марс. И* 4 *большие*!
– Да! *Юпитер, Сатурн, Уран, и… забыл.*
– Дим Димыч, планеты под названием Изабыл не существует, а есть планета Нептун[2].
(25.03.2019, 12:00, „*Фиксики*")

(7) *– А если укачает*? *– Тогда Драмина – средство от укачивания. Отчаливаем*! *– так точно, капитан, то есть Кипятон*! *Круиз Детского радио. С 11 по* 16 *июня*. 0+[3].
(25.03.2019, 7:00, *Автореклама*)

(8) *Поэтому во всем мире пересаживаются на электромобили. Но потихоньку, потому что никуда не денется огромная армия легковых автомобилей, с двигателем внутреннего сгорания. Их сейчас по земле бегает больше миллиарда*[4].
(26.03.2019, 14:00, „*Развиваемся вместе*")

(9) *В эфире Хит-парад и я, расцветающая первым подснежником, диджей Алё Алена. Ваши любимые песни тоже готовы выпорхнуть на волю, но одной суждено улететь из нашего уютного домика. Кто же это будет*? *Узнаете прямо сейчас. Хит-парад на детском радио*[5].
(27.03.2019, 11:00, „*Хит-парад на ДР*")

Jak pisałam wcześniej, funkcji fatycznej podporządkowane są funkcje cząstkowe: nawiązanie, podtrzymywanie i zakończenie kontaktu. Przeprowadzę analizę w takiej właśnie kolejności występowania intencji.

[2] [Tłumaczenie – A.P.]: – A więc tak, planet jest osiem. Cztery niezbyt duże planety to: Merkury, Wenus, Ziemia i Mars. A cztery są duże! – Tak! Jowisz, Saturn, Uran i… zapomniałem. – Dym Dymycz, planeta o nazwie „Izapomniałem" nie istnieje, ale jest planeta Neptun.

[3] [Tłumaczenie – A.P.]: – A jeśli cię zmuli? – Wtedy Dramina – środek na chorobę lokomocyjną. Odpływamy! – Tak jest, kapitanie, to znaczy Kipiatonie! Rejs Dziecięcego Radia. Od 11 do 16 czerwca. 0+

[4] [Tłumaczenie – A.P.]: Dlatego na całym świecie przesiadają się na samochody elektryczne. Ale stopniowo, ponieważ nie da się tak po prostu pozbyć ogromnej armii samochodów osobowych z silnikami spalinowymi. Obecnie po Ziemi biega ich ponad miliard.

[5] [Tłumaczenie – A.P.]: Na antenie Hit-parada jestem ja, rozkwitająca jak pierwszy przebiśnieg, DJ Alo Alona. Wasze ulubione piosenki też są gotowe, by wylecieć na wolność, ale jednej z nich przeznaczone jest opuścić nasz przytulny domek. Która to będzie? Dowiecie się już za chwilę. Hit-parada w *Детском радио*.

Nawiązanie kontaktu

Warto na początku nadmienić, że każda gra komunikacyjna może służyć nawiązaniu kontaktu, jeśli dziecko dopiero włączyło radio. Ale są sposoby nawiązania kontaktu z całą publicznością radia (por. przykłady 1 i 4). W przykładzie 4 mamy do czynienia z formułą powitania: „Dźwięk dobry", która jest równocześnie grą komunikacyjną realizowaną na dwóch płaszczyznach – fonetycznej i intertekstualnej. Umiejscowienie gry komunikacyjnej we frazie rozpoczynającej program służy nawiązaniu kontaktu z audytorium. Już na samym początku prowadząca zrywa z przezroczystości wypowiedzi. Gra komunikacyjna oparta na wykorzystaniu polisemii w przykładzie 1 („Ogromna drużyna w miejscowości Gorham w United States, czyli w Stanach Zjednoczonych, postanowiła się zjednoczyć") również służy nawiązaniu kontaktu, ponieważ umiejscowiona została tuż przed zaproszeniem do kontaktu ze studiem Polskiego Radia Dzieciom.

Podtrzymywanie kontaktu

Jeśli gra komunikacyjna zostaje umiejscowiona w przekazie o charakterze informacyjnym, to konsekwencją jej obecności w tekście, a zatem wzrostu fatyczności przekazu, staje się osłabienie informacyjności tego tekstu. Dzieje się tak w przykładzie 6. Prowadzący uczą dzieci nazw planet i wymieniając je po kolei, tworzą grę komunikacyjną, która ma przyciągnąć uwagę odbiorcy. Jeden z bohaterów udaje, że zapomniał nazwę czwartej dużej planety i mówi „*и… забыл*" (i… zapomniałem), drugi bohater wykorzystuje sytuację i odpowiada: „*Планеты под названием «Изабыл» не существует*" (Planeta o nazwie „Izapomniałem" nie istnieje), tym samym inicjując grę. Ta zabawa słowna nie tylko urozmaica przekaz, ale również utrzymuje uwagę odbiorcy (dziecko identyfikuje grę), wzmacnia interakcję (rozumie) i pobudza do myślenia (intepretuje).

Jeszcze jeden przykład gry, której celem jest rozbawienie audytorium, to fragment audycji „Jedynka dzieciom" (przykład 2). W kontekście rozmowy o psach prowadząca przekształca słowa *przyjaciel* i *przygarnięty*, zastępując początkowy fragment wyrazu morfemem *psy* (*psyjaciel* i *psygarnięty*), co sprawia, że słuchacz automatycznie myśli o psie przygarniętym ze schroniska. Stworzone kontaminacje przyciągają uwagę odbiorcy, wywołują pozytywne skojarzenia i aktywizują myślenie słuchaczy.

Przykład (7) również służy rozbawieniu odbiorcy, ponieważ zamiast użyć słowa *капитан* (*kapitan*), lektor łączy słowo *капитан* ze słowem *Кипятоша*, które jest tutaj używane jako nazwa własna – imię personifikowanego czajnika (*Кипятоши*) prowadzącego audycję „*Утро с Веснушкой и Кипятошей*" [„Utro s Vesnushkoj i Kipjatoshej"]. Innowacyjna zarówno sama nazwa *Кипятоша* (*Kipiatosza* – od *кипятить*, czyli 'gotować wodę'), jak i wynik kontaminacji *Кипятоши* i *капитан* – *Кипятон.* Służy to przykuciu uwagi oraz podtrzymywaniu kontaktu z odbiorcą. Ma to szczególne znacznie w kontekście autopromocji (połączonej z reklamą środka

na mdłości), w której ta gra została wykorzystana. Zabieg ten buduje bliskie relacje z odbiorcą i nakłania słuchaczy do wzięcia udziału w wydarzeniu, wprowadzając element humorystyczny, łatwy do zapamiętania, co sprzyja zwiększeniu zaangażowania słuchaczy, zwłaszcza dzieci, dla których postać czajnika staje się jeszcze bardziej bliska. Reklama środku na mdłości, choć ma formę przekazu skierowanego do dzieci, zorientowana jest raczej na dorosłego słuchacza.

Pozostałe gry komunikacyjne wykorzystywane w trakcie audycji służą aktywizacji myślenia odbiorcy. Gry komunikacyjne (8 i 9) w celu przyciągnięcia uwagi audytorium wykorzystują metafory: *огромная армия легковых автомобилей* (*ogromna armia samochodów osobowych*) i *песни тоже готовы выпорхнуть на волю* (*piosenki też są gotowe, by wylecieć na wolność*). Pierwsza metafora odnosi się do ogromnej liczby poruszających się po świecie samochodów z silnikami spalinowymi. W drugiej metaforze piosenki zostają porównane do ptaków, które opuszczają gniazdo, aby wyfrunąć na wolność. „Wypuszczenie" piosenek na wolność sugeruje, że są one czymś żywym, gotowym do działania i zmiany. Piosenki nie są tylko utworami muzycznymi, ale „żywymi" uczestnikami audycji, czekającymi na swoją kolej, by zostać usłyszanymi. Obie metafory odwołują się do wyobraźni odbiorców, dostrzeżenie metafory wymaga intensyfikacji procesów myślowych, a także aktywnego zaangażowania odbiorcy w dekodowanie ukrytych znaczeń.

Intensyfikacji myślenia wymaga również odczytanie znaczeń wyrazów polisemicznych. W przykładzie 3 mamy do czynienia z wieloznacznością wyrazu *pojawiać się*. Słowo to odnosi się zarówno do bocianów rozumianych w sensie dosłownym – jako ptaków, które przylatują wiosną („nadlatują"), jak i w sensie metaforycznym – jako temat rozmowy („stał się obecnym" lub „wyłonił się"). Oba te znaczenia są użyte w bliskim sąsiedztwie, co wymaga od słuchacza zrozumienia wieloznaczności słowa w kontekście.

Wszystkie wymienione przykłady gier komunikacyjnych realizują przede wszystkim funkcję fatyczną, a szczególnie intencję podtrzymania kontaktu z odbiorcą. Służą aktywizacji myślenia słuchacza, przyciągnięciu jego uwagi i wzmacniają relacje nadawczo-odbiorczą, zwiększając poczucie bliskości.

Zakończenie kontaktu

Przykładem zakończenia kontaktu jest fragment audycji „Klub Książkomaniaka" (5), w którym zastosowano grę komunikacyjną opartą na modyfikacji tradycyjnej formuły pożegnania (*Do zaczytania!*). W języku polskim funkcjonuje czasownik *zaczytać się*, który oznacza pochłonięcie lekturą do tego stopnia, że zapomina się o otaczającym świecie. Prowadzące audycję przekształciły ten czasownik w rzeczownik *zaczytanie*, tworząc neologizm. Zamiast typowego *do usłyszenia* czy *do zobaczenia* pojawia się innowacyjne *do zaczytania*, które odnosi się bezpośrednio do tematyki audycji, związanej z literaturą, i nakłania odbiorców do dalszego zaangażowania w czytanie.

Ekspresywność gier komunikacyjnych w Polskim Radiu Dzieciom i w Детском радио

Według Renaty Grzegorczykowej wypowiedzi o funkcji ekspresywnej stanowią czysty wyraz stanów nadawcy, jego woli, emocji i sądów. Badaczka podkreśla, że owa „czystość" ma charakter idealny, a w praktyce nadawca liczy się w pewien sposób z obecnością odbiorcy (Grzegorczykowa 2017, s. 59). Oznacza to, że funkcja ekspresywna, choć zorientowana na nadawcę, nie jest całkowicie oderwana od relacji nadawczo-odbiorczej. Efektywność jej użycia zależy również od zdolności odbiorcy do właściwego zinterpretowania tych stanów. Ekspresywność w grach komunikacyjnych należy do cech naturalnych, ponieważ wypowiedź zawsze nosi ślady emocji nadawcy, jego przekonań i intencji.

Poszukując przejawów ekspresywności gier komunikacyjnych odnalezionych w analizowanym materiale, bezpośredniemu oglądowi poddam 7 przykładów:

(10) P: Aha. Sympatyczne stworzenie, chociaż to niezły zbój jest tak naprawdę ten jenot. Z tego, co tutaj wyczytałam.
(28.03.2019, 7:00, „Poranek w PRD")

(11) Żaden wilk, którego łupem często padają jenoty niestety, bo tak to właśnie w przyrodzie bywa, się tutaj nie dostanie.
(28.03.2019, 8:00, „Poranek w PRD")

(12) K: A grzywą zamiatał?
M: Nie, ogonem zamiatał, ale nie o to chodzi. Odwrócił konia tyłem
K: Nie konia tyłem, tylko kota ogonem!
M: Nie kota, konia odwrócił. Przecież on nie miał kota żadnego!
K: A tak się mówi. Co Ty odwracasz kota ogonem?
M: Nie, ja nie odwracam, on tylko konia odwrócił po to, żeby koń mu kopytem kopnął, bo przecież koń do przodu nie kopnie, tylko do tyłu!
(25.03.2019, 14:00, „Bajanie Kulfona i Moniki")

(13) *В*: *Ты нам решил сыграть на фортепиано. Правильно*, *Макар*?
Р: *Да*.
В: *Что сыграешь*?
Р: „*Прогулку*".
В: *Пожалуйста. Будем гулять вместе с тобой*. […] *Ну что ж*, *погуляли мы на славу*[6].
(25.03.2019, 10:00, „*Музыкальный привет*")

(14) *Это ведь железный дровосек*! *Уже нет*. *Да не важно*! *Он и без сердца всегда был самым добросердечным человеком*[7].
(27.03.2019, 11:00, „*Хрум или сказочный детектив*")

[6] [Tłumaczenie – A.P.]: P: „Postanowiłeś nam zagrać na fortepianie, prawda, Makaru? D: Tak. P: Co zagrasz? D: «Spacer». P: Proszę bardzo. Pospacerujemy razem z tobą. […] No cóż, pięknie sobie spacerowaliśmy!".

[7] [Tłumaczenie – A.P.]: „To przecież Żelazny Drwal! Już nie. Ale nie ważne! Nawet bez serca zawsze był najbardziej serdecznym człowiekiem".

(15) *Варя Игнатова, сегодня занимающая третью строчку, считает, что для того, чтобы быть принцессой, достаточно сногсшибательного наряда. Сногсшибательного в прямом смысле, она уже не раз падала с маминых каблуков*[8].
(27.03.2019, 11:00, „*Хит-парад на ДР*")

(16) *Ого! Волк! И тоже! Ледяной! В отделе замороженных продуктов свежий завоз. С ним пускай наш мастер «сила есть – ума не надо» разбирается*[9].
(24.06.2019, 13:00, „*Час без правил*")

Wybrane przeze mnie przykłady pokazują charakter ekspresywności gier komunikacyjnych w radiu dla dzieci. Po pierwsze, co oczywiste, ekspresywność jest konsekwencją wykorzystania jednostek leksykalnych nacechowanych wartościująco.

Tak choćby dzieje się w przykładzie 11. Zawarta w nim gra komunikacyjna oparta została na polisemii wyrazu łup. W języku ogólnym *łup* oznacza „rzecz, która została skradziona, zrabowana, zdobyta na wojnie lub w inny nielegalny sposób" (WSJP), w zacytowanym przykładzie („Żaden wilk, którego łupem często padają jenoty niestety, bo tak to właśnie w przyrodzie bywa, się tutaj nie dostanie") dochodzi do rozszerzenia znaczenia słowa łup. W nowym, innowacyjnym użyciu *łup* oznacza „ofiarę". Takie działanie językowe prowadzi do wartościowania świata przyrody. Mimo że wypowiedź dotyczy naturalnych zachowań drapieżników, właściwego im sposobu funkcjonowania w ekosystemie, sposób mówienia o tych zachowaniach prowadzi do antropomorfizacji wilka i do negatywnej oceny jego działań. Świat został wykreowany tutaj zgodnie z konwencją bajek dla dzieci, w których wilkowi przypisano rolę krwiożerczego agresora.

Z negatywną ekspresją możemy się spotkać również w przykładzie 16, w którym wykorzystano sformułowanie frazeologiczne. Zwrot *сила есть – ума не надо* (*siła jest – rozumu nie trzeba*) to potoczna fraza, która w ironiczny sposób podkreśla prymat siły fizycznej nad rozumem, ale z negatywnym wydźwiękiem. Jest to charakterystyka, która mówi o kimś, kto wykorzystuje swoje warunki fizyczne, lekceważąc moc intelektu. Zwrot ten często stosuje się w sytuacjach, kiedy ktoś działa impulsywnie, opierając się tylko na swojej sile, bez uwzględniania strategii, logiki czy rozważenia konsekwencji.

Z kolei w przykładzie 13 zawarte w grze komunikacyjnej wartościowanie ma wydźwięk pozytywny. Gra semantyczna uaktywniona została tutaj przez umieszczenie tytułu utworu muzycznego *Прогулка* („Przechadzka"), wykonanego przez dziecko w kontekście udosłowniających ten tytuł sformułowań: *будем гулять вместе с тобой* i *погуляли мы на славу* (*będziemy spacerować razem z Tobą* i *dobrze pospacerowaliśmy*). Gra polega tutaj na żonglowaniu znaczeniami

[8] [Tłumaczenie – A.P.]: „Waria Ignatowa, która dziś zajmuje trzecie miejsce, uważa, że aby być księżniczką, wystarczy olśniewająca (*сногсшибательный* – powalający z nóg) kreacja. Olśniewająca (powalająca z nóg) dosłownie – już nieraz przewróciła się na maminych szpilkach".

[9] [Tłumaczenie – A.P.]: „Oho! Wilk! I to jaki! Lodowy! W dziale mrożonek nowa dostawa. Zajmie się nim nasz mistrz «siła jest – rozumu nie trzeba»".

dosłownym (odnoszącym się do spaceru, przechadzki) i przenośnym (dotyczącym gry na instrumencie oraz wspólnoty wykonania utworu i odbioru tego wykonania). Pozytywne wartościowanie zawarte w potocznym sformułowaniu *на славу* oznaczającym 'bardzo dobrze' to wyraz uznania dla występu dziecka i entuzjastycznego odbioru tego wykonania. Ekspresywność wskazanego fragmentu polega na wyrażeniu pochwały wzmacniającej poczucie wartości młodego uczestnika i podkreśla pozytywne emocje związane z interakcją.

Podobny mechanizm wykorzystano w przykładzie 15. Gra w nim zawarta polega na udosłowieniu wartościującego wyrazu *сногсшибательный* (*olśniewający, efektowny*, ale dosłownie: *powalający z nóg*), które w języku rosyjskim jest idiomem oznaczającym coś niezwykle efektownego lub oszałamiającego. Bohaterka dosłownie upada na ziemię, ponieważ spada z maminych szpilek.

Druga z zauważonych przeze mnie prawidłowości w sposobie manifestowania się ekspresywności gier komunikacyjnych w radiu dla dzieci to praktyka wprowadzania wartościowania w grach semantycznych opartych na antonimii. Przykładem mogą tu być fragmenty 10 i 14. W 10 (*sympatyczne stworzenie – niezły zbój*) przeciwstawienie dotyczy zarówno nadrzędnych składniowo rzeczowników *stworzenie–zbój*, jak i dookreślających je przymiotników *sympatyczne–niezły*. Mamy do czynienia z wyrazami wartościującymi: *sympatyczne*, czyli takie, które „swoją życzliwością i urokiem wzbudza przyjazne uczucia innych" (WSJP), i *zbój*, inaczej rozbójnik, ktoś niebezpieczny, napadający (zazwyczaj tak mówi się o człowieku). Warto zauważyć, że wybór słowa *zbój*, zwykle kojarzonego z człowiekiem, w odniesieniu do zwierzęcia, nadaje wypowiedzi lekko żartobliwy charakter. To przeciwstawienie buduje efekt zaskoczenia, ponieważ zwykle nie oczekujemy, że coś, co jest *sympatyczne*, może być jednocześnie *zbójem*. Prowadząca w taki sposób pokazuje swój stosunek do zwierzęcia. Z kolei w przykładzie 14 mamy do czynienia z przewartościowaniem. Ironiczne stwierdzenie *он и без сердца всегда был самым добросердечным человеком* („on nawet bez serca był najbardziej serdecznym człowiekiem") prowadzi do powstania paradoksu. Nadawca wyraża podziw i sympatię dla postaci, co również ukazuje pozytywną ekspresję.

Trzecia prawidłowość uaktywniania się funkcji ekspresywnej w radiu dla dzieci to wykorzystanie ekspresywnego charakteru zachowań pozawerbalnych. W przykładzie 12 ekspresja polega na sposobie mówienia prowadzących oraz na dynamice dialogu, który opiera się na zabawie słowami i przekształceniami frazeologizmu *odwracać kota ogonem*. Dialog wypełnia żywa wymiana zdań, w której każda replika jest jak odpowiedź na wcześniejsze niezrozumienie, co prowadzi do gry komunikacyjnej rodzącej komizm. Ekspresja w tym kontekście przejawia się także w kreatywnym wykorzystaniu języka przez prowadzących – zarówno na poziomie treści, jak i formy wypowiedzi. Intonacja, tempo mówienia i nieporozumienia celowo wprowadzone w dialogu przyczyniają się do budowania humoru.

Perswazyjność gier komunikacyjnych w Polskim Radiu Dzieciom i w Детском радио

Funkcję nakłaniającą Grzegorczykowa określa jako silnie angażującą odbiorcę:

> Nacisk na odbiorcę może mieć na celu: 1. wywołanie działania słownego odbiorcy (pytania) lub też innych jego czynności (akty dyrektywne, typu: rozkazy, prośby, rady itp.), a także 2. wpłynięcie na stan mentalno-emocjonalny odbiorcy (i w dalszej konsekwencji na jego działanie) (Grzegorczykowa 2017, s. 58).

W grach komunikacyjnych możemy zaobserwować specyficzny rodzaj nakłaniania – nakłanianie do nawiązania i podtrzymania kontaktu, ponieważ nawiązując kontakt, np. mówiąc *Czy mnie słychać? Halo!*, nadawca „informuje o gotowości nawiązania kontaktu i jednocześnie pośrednio nakłania odbiorcę, aby ten kontakt nawiązał" (Kępa-Figura 2009b, s. 425).

Jakie środki językowe wykorzystywane są w celach perswazyjnych? Odpowiadając na to pytanie, warto przypomnieć klasyfikację zaproponowaną przez Walerego Pisarka oraz spostrzeżenia Jacka Warchali. Krakowski prekursor polskiej mediolingwistyki wyróżnił cztery grupy środków perswazyjnych:

1. środki językowe służące do wyrażania modalności (służące wzmocnieniu twierdzenia lub jego osłabieniu, wyrażające postawę wolicjonalną, a także syntetyczne i analityczne formy imperatywne oraz grupa środków wskazujących potrzebę i możliwość, np. tryb rozkazujący);
2. środki fleksyjno-syntaktyczne (np. 1. os. l.mn., zdania przeciwstawne, wynikowe, przyczynowe itp.);
3. słownictwo i frazeologię jawnie wskazujące cechy, które mogą być uważane za wyraz oceny opisywanych przedmiotów (przymiotniki *dobry*, *zły* itd.)
4. wyrazy, wyrażenia i zwroty nacechowane emotywnie (gesty foniczne oraz zwroty wyrażające szacunek, sympatię, zachwyt, współczucie itp.) (Pisarek 1976, s. 33).

Tym samym zwrócił uwagę na perswazyjny potencjał systemu językowego. Potencjał, który w radiu dla dzieci wykorzystywany jest bardzo wyraziście.

Z kolei Warchala – co szczególnie ważne dla mojej pracy – podkreślił perswazyjny potencjał fatyczności pytań:

> Interesującym zastosowaniem fatyczności w funkcji nakłaniającej jest przypadek medialnego zastosowania pytań, które nie spełniają swojej gramatycznej funkcji, będąc retorycznym chwytem zastosowanym w celu przyciągnięcia uwagi odbiorców, a nawet wciągnięcia potencjalnego odbiorcy tekstu do swoistej gry językowej między nadawcą a odbiorcą – nadawca nie oczekuje oczywiście odpowiedzi, ale oczekuje, że odbiorca „wejdzie w przestrzeń autora tekstu, ale na zaproponowanych przez niego warunkach". Warto bowiem dodać, że w przekazach medialnych pytanie staje się ukrytą tezą autora-nadawcy, pytanie ma zatem charakter nie tylko fatyczny, jako przejaw (nawiązanie) gry między autorem a czytelnikiem,

wciągnięcia go do wspólnej przestrzeni dialogu, ale jako ukryty retorycznie komunikat perswazyjny, a w zasadzie manipulacyjny: po pierwsze – przyciągający uwagę, po drugie – wciągający adresata do gry komunikacyjnej, do działania komunikacyjnego, ale także do zajęcia stanowiska (do wyrażenia „postawy komunikacyjnej", a dziś postawa komunikacyjna jest elementem najistotniejszym: odbiorca nie może pozostać ani biernym odbiorcą, ani obojętnym odbiorcą – musi zająć stanowisko) (Warchala 2019, s. 108–109).

W analizowanym przeze mnie materiale łatwo odnaleźć przykłady gier komunikacyjnych potwierdzające perswazyjność gier komunikacyjnych. Prezentację tego materiału ograniczę do 12 fragmentów:

(17) M: Za pięć dwunasta to zegar zaczął bić.
K: Kogo?
M: Nikogo. Sam zaczął bić kuranty.
K: Z kurami się bił?
M: Nie bił się z kurami, tylko tak się mówi, że zaczął dzwonić.
(27.03.2019, 14:00, „Bajanie Kulfona i Moniki")

(18) P: I co byś zrobił, jakbyś zobaczył taką panterę albo panią Terę?
D: Bym za nią biegał cały czas.
P: Aha. I dokąd byście pobiegli razem?
D: Sam nie wiem.
(29.03.2019, 7:00, „Poranek w PRD")

(19) Moi drodzy, dziś Muzyczne podróże, jak najbardziej prawdziwa podróż po świecie z kolędami, z pastorałkami. Także przygotujcie swoje muzyczne mapy i muzyczne globusy. Taka propozycja, zabawa dla was – jeżeli usłyszycie jakiś język, którego nie znacie dziś w kolędach pochodzących z płyty Kolory Świąt Karimski Club dla Dzieci, to spróbujcie odnaleźć kraj, być może wam się uda właśnie znaleźć kraj, bądź poproście kogoś dorosłego o pomoc, o wsparcie. Podróżujemy dziś po całym świecie.
(24.12.2019, 10:00, „Muzyczne Podróże")

(20) D5: Dzień dobry.
P: Dzień dobry, to taka wielka frajda dla mnie zawsze o poranku. Zaprosimy kudłatego stwora na chwilę. Może powie coś o poranku.
Dźwięk wydawany przez żubra
D: Żubr.
P: Żubr mówisz. No pewnie, że żubr. A umiałabyś przetłumaczyć, co on tam wymruczał?
D: Nie.
(28.03.2019, 8:00, „Poranek w PRD")

(21) K: Twoja mamcia myje zęby? Twoja mamcia nie myje zębów, bo nie ma.
M: No, ja też nie mam.
K: No, nie masz. To trzeba, musicie myć język.
M: A, język?
K: Oczywiście.

M: Ja nie myję zębów, bo mi się zęby nie wyrżnęły, rozumiesz?
K: Masz, psują ci się?
M: Nie wyrżnęły mi się do tej pory, ja się nie ząbkowałam.
K: No, nie ząbkowałaś. Widzę, jesteś niezą̨bkująca żaba.
M: Tak.
K: To wiesz co?
M: A wiesz co, ja myję za to?
K: Myjesz język, powinnaś myć.
M: Podłogę myję.
(30.03.2019, 14:00, „Bajanie Kulfona i Moniki")

(22) L: A widzisz, czyli głodnemu chleb, czyli jedzenie w głowie na myśli, tak?
M: No tak, kiedy jestem głodny, to myślę o jedzeniu.
L: Czyli rozumiesz, głodnemu chleb na myśli.
M: No rozumiem, ale wciąż jestem głodny. Co będzie na czwarte śniadanie?
(24.06.2019, 11:00, „Leszek i Miś Michaś")

(23) P: I potrafisz szybko jeździć?
D: Tak.
P: To jak szybko potrafisz jeździć? Potrafisz jeździć szybko jak idący pies? Albo biegnący kot albo latający ptak? To jak szybko? Może jak latający ptak?
D: Jak ptak.
P: Tak myślałem.
(24.06.2019, 15:00, „Popołudnik w PRD")

(24) Wniosek jest jeden: zazwyczaj najlepszy nie jest ten, kto najszybciej biega, ale ten, kto najszybciej myśli i podejmuje właściwe decyzje w czasie biegu.
(28.09.2019, 10:00, „Rodzinny WF")

(25) O tym przytulaniu, gdybyście chcieli porozmawiać, to bardzo proszę. Może macie też swoje ukochane przytulanki, tak jak Dawid, który opowiadał o swoim króliku? Może macie misie, kaczki, słonie, żyrafy, albo jeszcze jakieś inne stworzenia, a może to są po prostu wasze na przykład domowe zwierzaki, do których uwielbiacie się przytulać? Koty, psy, chomiki, fretki, świnki morskie, może ktoś ma jeszcze jakieś inne oryginalne zwierzę? To proszę do nas dzwonić w tej sprawie, albo nadsyłać wiadomości drogą mailową.
(24.06.2019, 08:00, „Poranek w PRD")

(26) *В*: *И первой дозвонилась Даша*, *привет*! *Здравствуйте*! *Угу. Чем занимаешься в летнее время*? *Скучаешь*, *гуляешь*, *не знаешь*, *куда податься*? *Или происходит что-то интересное у тебя*?
Д: *Гуляю.*
В: *Ну*, *я так и понял. А у нас-то что будешь делать*, *раз уж загуляла к нам*?

Д: *Петь песню «Чёрный кот»*[10].
(24.06.2019, 12:00, „*Час без правил*")

(27) *Горы. Их макушки покрыты ослепительным белым снегом. Прямо глаза режут. А внизу под горой проталины. И представляете, там, где едва растаял снег, целые поляны с оранжевыми цветами*?[11]
(26.03.2019, 13:00, „*Азбука путешествий*")

(28) *В эфире Хит-парад и я, расцветающая первым подснежником, диджей Алё Алена. Ваши любимые песни тоже готовы выпорхнуть на волю, но одной суждено улететь из нашего уютного домика. Кто же это будет*? *Узнаете прямо сейчас. Хит-парад на детском радио*[12].
(27.03.2019, 11:00, „*Хит-парад на ДР*")

Przykład 24 („zazwyczaj najlepszy nie jest ten, kto najszybciej biega, ale ten, kto najszybciej myśli") opiera się na kontekstowej antonimii, przeciwstawiając pojęcia związane z szybkością fizyczną (*najszybciej biega*) oraz mentalną (*najszybciej myśli*). W tym kontekście najlepszy nie okazuje się ten, kto jest najszybszy w sensie dosłownym, czyli fizycznym, ale ten, kto potrafi szybko myśleć i podejmować właściwe decyzje. Taka gra znaczeniowa ma silny walor perswazyjny, ponieważ przekazuje ocenę, która ma nakłonić odbiorcę do pewnej wizji rzeczywistości.

Przykłady 19 („Także przygotujcie swoje muzyczne mapy i muzyczne globusy…") i 25 („Koty, psy, chomiki, fretki, świnki morskie, może ktoś ma jeszcze jakieś inne oryginalne zwierzę? To proszę do nas dzwonić") zawierają modalność, czyli środki językowe służące do wyrażania subiektywnego stosunku nadawcy do treści zawartej w zdaniach przekazu (por. Pisarek 1976). Cały fragment audycji 19 polega na metaforycznym użyciu języka w procesie mówienia o muzycznych doświadczeniach słuchaczy. Ma miejsce gra komunikacyjna otoczona dyrektywami, które nakłaniają dzieci do działania – do sięgnięcia po mapę w celu odnalezienia kraju, z którego pochodzi muzyka: *przygotujcie*, *spróbujcie*, *poproście*. Tak samo dzieje się w przykładzie 25 – prośba o wykonanie telefonów znajduje się w bliskim sąsiedztwie z dyrektywnym aktem mowy *proszę do nas dzwonić*.

Skupię się na najczęstszym zabiegu perswazyjnym, to znaczy na wykorzystaniu w obrębie gier komunikacyjnych inicjowanych zarówno w Polskim Radiu Dzieciom, jak i w *Детском радио* pytań. Na wstępie należy zaznaczyć, że w obu tych stacjach pojawiają się trzy typy pytań. Pierwszy obejmuje te skierowane

[10] [Tłumaczenie – A.P.]: P: Jako pierwsza dodzwoniła się Dasza, witaj! D: Dzień dobry! P: Aha. Co porabiasz latem? Nudzisz się, spacerujesz, nie wiesz, co ze sobą zrobić? Czy dzieje się u ciebie coś ciekawego? D: Spaceruję. P: No tak, tak właśnie myślałem. A co będziesz u nas robić, skoro już zawędrowałaś do nas? D: Zaśpiewam piosenkę „Czarny kot".

[11] [Tłumaczenie – A.P.]: Góry. Ich szczyty pokryte są oślepiająco białym śniegiem, aż razi w oczy. A na dole, u podnóża góry, są już roztopy. Czy możecie sobie wyobrazić, że tam, gdzie ledwie stopniał śnieg, całe polany są pełne pomarańczowych kwiatów?

[12] [Tłumaczenie – A.P.]: Na antenie Hit-parada, a ja, rozkwitająca jak pierwszy przebiśnieg, DJ Alo Alona. Wasze ulubione piosenki również są gotowe, by wypuścić je na wolność, ale jednej z nich przeznaczone jest opuszczenie naszego przytulnego domku. Kto to będzie? Dowiecie się już teraz. Hit-parada w Dziecięcym Radiu!

do słuchacza, który zadzwoniwszy do studia, rozmawia z prowadzącym audycję – por. przykłady 18, 20, 23, 26. W tym przypadku nadawca oczekuje od odbiorcy odpowiedzi werbalnej. Drugi zawiera pytania skierowane do całego radiowego audytorium – por. 25, 27, 28. Ich działanie polega na aktywizacji myślenia odbiorcy. Pytania tego typu w audycjach prowadzonych na żywo mają zachęcać słuchaczy do kontaktu z radiem. Trzeci typ pytań mieści w sobie te adresowane do drugiego nadawcy radiowego (to znaczy osoby znajdującej się w studiu – redaktora współprowadzącego audycję lub gościa dopuszczanego do głosu przez prowadzącego). Analiza pokazuje, że także ten typ pytań ma za zadanie nakłonić słuchaczy do myślenia – por. 17, 21, 22.

Analizę warto rozpocząć od przyjrzenia się grom komunikacyjnym zawartym w pytaniach oraz reakcjom dzieci na te gry. W przykładzie 18 („I co byś zrobił, jakbyś zobaczył taką panterę albo panią Terę?") autor zainicjował grę polegającą na podobieństwie brzmieniowym rzeczownika *pantera* oraz połączenia wyrazu *pani* ze skrótem od imienia Teresa – *Terą*. Odpowiedź dziecka jest dwuznaczna („bym za nią biegał"), ponieważ może się odnosić zarówno do pierwszej części pytania, dotyczącej zwierzęcia, jak i do drugiej, odsyłającej do postaci kobiecej. Dwuznaczność wypowiedzi wzmacnia efekt humorystyczny, ponieważ nie do końca wiadomo, co wyobraża sobie dziecko – bieganie za dziką panterą czy bieganie za panią Terą. Powstaje pytanie, czy taka odpowiedź jest rezultatem zrozumienia tej gry, czy jednak przypadkową jej kontynuacją. Jeśli popatrzeć na tę grę z perspektywy funkcjonalnej, to jej zadaniem było nakłonienie dzieci do intensywnego odbioru. Czy ten cel został osiągnięty? Podobnie dzieje się z przykładem 26, w którym dziecko na złożone pytanie: „*А у нас-то что будешь делать*, *раз уж загуляла к нам*?" („A co będziesz u nas robić, skoro już zawędrowałaś do nas?") odpowiada w taki sposób, jakby gra została przez nie odczytana.

W pytaniu: „A umiałabyś przetłumaczyć, co on tam wymruczał?", będącym częścią gry intersemiotycznej (20), prowadząca zawarła słowo *wymruczał* w odniesieniu do ryku żubra, który wybrzmiał na antenie. Na pytanie odpowiedziano *Nie*, co świadczy o zrozumieniu przez dziecko gry komunikacyjnej.

W przykładzie 23 mamy do czynienia z nagromadzeniem pytań, które stanowi podstawę gry na poziomie składniowym. Autor formułuje główne pytanie: „Jak szybko potrafisz jeździć [na hulajnodze – A.P.]?" i cztery dodatkowe po to, aby pomóc dziecku odpowiedzieć na główne. W ten sposób nadawca (prowadzący) aktywizuje myślenie dziecka i jego wyobraźnię. Dzieci w wieku wczesnoszkolnym, do których audycja „Popołudnik w Polskim Radiu Dzieciom" jest skierowana, najprawdopodobniej jeszcze nie są w stanie określić prędkości jazdy. Dlatego pomocą tu służą żartobliwe porównania – w danym przypadku do szybko idącego psa, biegnącego kota i latającego ptaka.

Drugą grupę pytań, skierowanych do całego audytorium radia, zilustruję trzema przykładami. Pytania: „Może macie misie, kaczki, słonie, żyrafy, albo jeszcze jakieś inne stworzenia, a może to są po prostu wasze na przykład domowe zwierzaki, do których uwielbiacie się przytulać?", „Koty, psy, chomiki, fretki, świnki morskie, może ktoś ma jeszcze jakieś inne oryginalne zwierzę?" (25) oraz „*И представляете*,

там, где едва растаял снег, целые поляны с оранжевыми цветами?" („Czy możecie sobie wyobrazić, że tam, gdzie ledwie stopniał śnieg, całe polany są pełne pomarańczowych kwiatów?") (27), a także pytanie, znajdujące się w bliskim sąsiedztwie z grą znaczeniową, „*Кто же это будет*?" (28), nie wymagają od odbiorcy odpowiedzi, ale ich celem jest aktywizacja myślenia odbiorcy, a także podtrzymanie kontaktu (tu już można mówić o fatyczności nakłaniania).

Przechodząc do analizy trzeciej grupy pytań (17, 21, 22), warto zauważyć, że wszystkie pytania zadane przez prowadzących innym prowadzącym stanowią początek gry komunikacyjnej. Pytania te również wpływają na przebieg rozmowy i czasem zmieniają kierunek myślenia nadawców. Choć nie wymagają od słuchaczy odpowiedzi, nakłaniają ich do kontaktu – ich humorystyczność przyciąga uwagę odbiorcy.

Sprawczość gier komunikacyjnych w Polskim Radiu Dzieciom i w Детском радио

Sprawczość w kontekście komunikacji medialnej zyskuje szczególne znaczenie, zwłaszcza w przypadku gier komunikacyjnych, które, jak zauważa Kępa-Figura, angażują zarówno nadawcę, jak i odbiorcę w aktywne współtworzenie rzeczywistości komunikacyjnej:

> sprawczość komunikacji medialnej polega nie tylko na „stworzeniu" medialnego obrazu świata (obrazu świata powstałego podczas poznawania świata za pośrednictwem mediów). Wynikiem sprawczości jest także przyznanie ról komunikacyjnych nadawcy i odbiorcy, to znaczy fatyczność. Pojawienie się danej wypowiedzi stwarza pewnego rodzaju stan rzeczy – czyni kontakt (Kępa-Figura 2018, s. 369).

Zdaniem przywołanej badaczki:

> odbiorca weryfikuje wyznaczone aktem mówienia role komunikacyjne – zarówno rolę nadawcy, jak i adresata. Przy czym kompetencje osoby realizującej wypowiedź wynikają z tego, że zaczyna ona tę realizację – tworząc wypowiedź, tworzy siebie samą jako nadawcę. Podkreślenie sprawczości fatyczności traktuję jako powrót do źródeł pojęcia *komunikacji fatycznej*, stworzonego przez B. Malinowskiego. Każde użycie języka, tworzące jednoczące więzi przez samą wymianę słów, stwarza rolę nadawcy i rolę odbiorcy planowanego (Kępa-Figura 2018, s. 369).

Nadawca, który inicjuje grę, „tworzy siebie" jako nadawcę, angażując odbiorcę do interakcji, a tym samym nadaje mu rolę współuczestnika w komunikacji. Każda gra językowa jest nie tylko aktem komunikacji, ale także czynnością kreowania nowych rzeczywistości i ról, które kształtują zarówno formę, jak i treść medialnego przekazu. Przejdźmy do przykładów:

(29) No i to jest właśnie taka tradycja, z którą mamy do czynienia w wigilijny wieczór, a tych tradycji jest dużo, dużo więcej, no i właściwie wszystko to, co dzieje się w wigilijny wieczór, mówiłam o tym, że to taki magiczny moment, wszystko to, co dzieje się w wigilijny wieczór, nie tylko związane jest z tradycją, ale też ma swoje znaczenie. O tym znaczeniu jeszcze dzisiaj w poranku Polskiego Radia Dzieciom mówić będziemy, bo na przykład 12 potraw. Dlaczego? O tym także Wam opowiem. I sianko pod obrusem. Dlaczego? O tym także mówić będziemy.
(24.12.2019, 8:00, „Poranek w PRD")

(30) Natomiast w ogóle w tym roku drużyn, które mogą w różnych kategoriach, które zwyciężyły, mogą jechać, jest trzynaście z różnych stron Polski. To cały jeden wielki samolot będzie zapakowany reprezentantami naszego kraju i mam nadzieję wszyscy polecicie, i już w maju, prawda, dokładnie? No to co, został miesiąc do wylotu i wyjazdu, tak, pani Marzeno?
(27.03.2019, 16:00, „Popołudnik w PRD")

(31) P: No ja muszę wam powiedzieć, że wczoraj mnie w mieszkaniu grasował jakiś komar. No nie wiedziałam, że komary już są. Bo przecież dopiero jest 28. dzień marca.
(28.03.2019, 7:00, „Poranek w PRD")

(32) Ja słyszałam, że jedną z oznak wiosny jest futro żubrze na drzewach, na przykład, w puszcze białowieskiej, bo one na przełomie marca i kwietnia to futro zrzucają. A zrzucają w ten sposób, że właśnie ocierają się od drzewa, no i to futro wtedy na drzewach zostaje. No i mają zupełnie nowe ubranko na wiosnę i takie są eleganckie.
(28.03.2019, 8:00, „Poranek w PRD")

(33) – No i on podziękował mamusi za mapę, wsiadł w samoch… na konia… i spadł.
– Nie, no on umiał jeździć, dlaczego miał spaść?
– Bo się popręg rozpiął.
– O a ty to takie utrudnienia zaraz robisz, dlaczego popręg? On sprawdził popręg.
– No to dobra to spadł dlatego że się koń potknął o pierwszy kamień.
(28.03.2019, 14:00, „Bajanie Kulfona i Moniki")

(34) K: No prosta sprawa, bo się córka rozpłakała, powiedziała, ty tatusiu, bo miałeś mi dać…
M: Niedobry.
K: Niedobry, miałeś mi dać te sałaty tam, co tam trzymasz w lochach.
M: No, oraz siana.
(27.03.2019, 14:00, „Bajanie Kulfona i Moniki")

(35) *Раз он в море закинул невод, пришёл невод с одною тиной. А что такое невод? Это такая сеть для ловли рыбы. Зачем же старик её кидал? Надо было настроить правильно. Детское радио. Слушать везде, где есть*

сеть, интернет. На сайте дети.фм или через приложение для мобильных устройств. Детское радио. Слушаю каждый день[13].
(24.06.2019, 9:00, *Реклама*)

(36) *Всем летний отличный привет. Ну и что, что за окошком собирается дождь. У кого-то в городе, между прочим, сегодня солнце. Присылайте нам лучики. Ну а также звоните прямо сейчас*[14].
(27.06.2019, 10:00, „*Час без правил*")

Analizując przytoczone przykłady pod kątem pełnienia funkcji sprawczej, należy zwrócić uwagę na to, że każdej wypowiedzi można przypisać właściwą jej moc sprawczą:

> Performatywność uznana za możliwy wymiar każdego rodzaju wypowiedzi jest też wymiarem każdego aktu illokucyjnego. Być może o performatywności wypowiedzi możemy mówić tylko wtedy, gdy nadawca ją zakłada, lecz także wtedy, gdy choć jej nie zakłada, jest ona konsekwencją aktu illokucyjnego (Kępa-Figura 2012, s. 126).

Natomiast jeśli chodzi o wypowiedzi o charakterze fatycznym (jak pisałam powyżej, główną funkcją gier komunikacyjnych jest funkcja fatyczna), to jak zauważa Kępa-Figura:

> Sprawczość wypowiedzi o charakterze fatycznym przejawia się w tym, że pojawienie się wypowiedzi stwarza pewnego rodzaju stan rzeczy. Czyni kontakt. Akty takie nie podlegają zatem ocenie logicznej (w kategoriach prawdy, fałszu), lecz weryfikowane są za pomocą kryterium skuteczności. W tym przypadku skuteczność aktu równałaby się uznaniu przez odbiorcę, że nadawca jest nadawcą, a on jest adresatem (Kępa-Figura 2010, s. 93).

Oprócz tego, że funkcja sprawcza czyni kontakt, w poszczególnych przykładach może ona stwarzać również inne stany rzeczy. Na przykład we fragmencie audycji 29, w której użyta została gra składniowa („O tym znaczeniu jeszcze dzisiaj w poranku Polskiego Radia Dzieciom mówić będziemy, bo na przykład 12 potraw. Dlaczego? O tym także Wam opowiem. I sianko pod obrusem. Dlaczego? O tym także mówić będziemy"), funkcja sprawcza polega na stworzeniu stanu oczekiwania i zainteresowania wśród słuchaczy. Nadawca nie tylko informuje o temacie audycji, ale także wywołuje ciekawość i przygotowuje odbiorców do dalszego odbioru treści,

[13] [Tłumaczenie – A.P.]: Raz zarzucił sieć w morze, a wyciągnął ją pełną mułu. A czym właściwie jest sieć rybacka? To specjalna sieć służąca do połowu ryb. Dlaczego więc staruszek ją zarzucał? Trzeba było dobrze ją ustawić. Dziecięce Radio – słuchaj wszędzie, gdzie jest sieć, internet. Na stronie deti.fm lub w aplikacji mobilnej. Dziecięce Radio – słucham codziennie.

[14] [Tłumaczenie – A.P.]: Letnie pozdrowienia dla wszystkich! No i co z tego, że za oknem zbierają się deszczowe chmury? W czyimś mieście świeci dziś słońce! Przysyłajcie nam jego promienie, a także dzwońcie do nas już teraz!

zachęcając do zaangażowania się w temat. O oczekiwaniu również można mówić w przypadku kolejnego przykładu (30). Wykorzystaniem gry komunikacyjnej „samolot będzie zapakowany reprezentantami naszego kraju" nadawca wzmacnia poczucie oczekiwania i ekscytacji związanej z nadchodzącym wydarzeniem. Funkcja sprawcza w tym przypadku manifestuje się budowaniem napięcia i oczekiwania, co może motywować słuchaczy do śledzenia dalszych informacji o wydarzeniu i angażowania się w komunikację z radiem. W pozostałych przykładach można mówić jedynie o stwarzaniu kontaktu.

Analiza gier komunikacyjnych w audycjach Polskiego Radia Dzieciom i *Детского радио* stanowi próbę weryfikacji ustaleń Danuty Kępy-Figury dotyczących funkcjonalności gier (Kępa-Figura 2009b) – potwierdzając ich istotną rolę w realizacji intencji nadawcy i angażowaniu odbiorcy w proces komunikacji medialnej. Funkcja fatyczna w radiu dla dzieci realizowana jest przede wszystkim poprzez gry komunikacyjne służące nawiązaniu, podtrzymywaniu i zakończeniu kontaktu z audytorium. Gry pojawiające się w trakcie trwania audycji mają przyciągać uwagę odbiorcy i przygotowywać go do dalszego odbioru informacji. Ekspresywność osiąga się za pośrednictwem perswazyjnych środków językowych (słownictwa i frazeologii jawnie wskazujących cechy, które mogą być uważane za wyraz oceny opisywanych przedmiotów, oraz wyrazów, wyrażeń i zwrotów nacechowanych emotywnie – za Pisarkiem [1976]), a także środków pozawerbalnych. Funkcja nakłaniająca realizowana jest m.in. przez pytania (zarówno skierowane bezpośrednio do rozmówcy, jak i do całego audytorium), które wciągają odbiorcę w grę komunikacyjną oraz aktywizują jego myślenie. Stosowane są również środki modalne (tryb rozkazujący) oraz metafory służące obrazowemu przedstawieniu rzeczywistości i nakłanianiu do określonego sposobu jej postrzegania. Ostatnia funkcja – funkcja sprawcza – polega przede wszystkim na stwarzaniu nowych stanów rzeczy (np. stanu oczekiwania i zainteresowania wśród słuchaczy).

Co istotne, mimo różnic w systemach medialnych obu stacji (publiczny vs. komercyjno-państwowy) warstwa językowa audycji okazuje się zbliżona – w obu przypadkach wykorzystywane są podobne strategie językowe, co pozwala uznać gry komunikacyjne za uniwersalne narzędzie skutecznej komunikacji z dziećmi w przestrzeni medialnej.

Bibliografia

Grzegorczykowa R. (2017). Wstęp do językoznawstwa. Warszawa.

Jakobson R. (1976). Poetyka w świetle językoznawstwa. W: H. Markiewicz (red.). Współczesna teoria badań literackich za granicą. Antologia, t. 2 (s. 23–69). Kraków.

Kępa-Figura D. (2004). Gry językowe w komunikacji radiowej. W: R. Dybalska, D. Kępa-Figura, P. Nowak (red.). Przemoc w języku mediów? Analiza semantyczna i pragmatyczna audycji radiowych (s. 75–107). Lublin.

Kępa-Figura D. (2009a). Gry językowe we współczesnej komunikacji medialnej – semantyczna i pragmatyczna analiza języka mediów. *Prace Językoznawcze*, nr XI, s. 95–113.

Kępa-Figura D. (2009b). Intencje (czy intencja) nadawców medialnych, czyli fatyczność współczesnej komunikacji medialnej. W: I. Hofman, D. Kępa-Figura (red.). Współczesne media. Status, aksjologia, funkcjonowanie, t. 1 (s. 416–425). Lublin.

Kępa-Figura D. (2010). Istota fatyczności a komunikacja medialna. W: M. Graszewicz, J. Jastrzębski (red.). Teorie komunikacji i mediów 3 (s. 89–100). Wrocław.

Kępa-Figura D. (2012). Co czynią wypowiedzi pełniące funkcję sprawczą? *Prace Językoznawcze*, nr 14, s. 119–134.

Kępa-Figura D. (2018). Gry językowe w polskich telewizyjnych serwisach informacyjnych jako przejaw fatyczności i sprawczości współczesnej komunikacji medialnej. *Медиалингвистика*, nr 5(3), s. 366–379.

Pisarek W. (1976). Język służy propagandzie. Kraków.

Prokofieva N.A. (Kornilova) (2013). дисс. *Фатическая речь в массмедиа: композиционно-стилистические формы.* [Diss. *Faticheskaja rech' v massmedia: kompozicionno-stilisticheskie formy; Phatic speech in mass media: compositional and stylistic forms*].

Warchala J. (2019). Formy perswazji. Katowice.

STRESZCZENIE

Artykuł ma na celu weryfikację intencjonalności gier komunikacyjnych w radiu dla dzieci na przykładzie dwóch stacji: Polskiego Radia Dzieciom oraz rosyjskiego *Детского радио* (Detskoe Radio). Badanie opiera się na analizie nagrań obejmujących łącznie 868 godzin materiału, w tym około 420 godzin audycji Polskiego Radia Dzieciom oraz 448 godzin nagrań *Детского радио*. Gry komunikacyjne, rozumiane analogicznie do pojęcia gier językowych w ujęciu Danuty Kępy-Figury, obejmują intencjonalne przekroczenia reguł komunikacyjnych lub ich nieświadome naruszenia, które są odbierane przez adresata jako gra. Analiza gier komunikacyjnych w audycjach Polskiego Radia Dzieciom i *Детского радио* stanowi próbę weryfikacji ustaleń Danuty Kępy-Figury dotyczących funkcjonalności gier – potwierdzając ich istotną rolę w realizacji intencji nadawcy i angażowaniu odbiorcy w proces komunikacji medialnej. Podstawową funkcją gier komunikacyjnych w radiu dla dzieci jest funkcja fatyczna, której podporządkowane są funkcje ekspresywna, nakłaniająca i sprawcza. Realizacji poszczególnych funkcji służą odpowiednie środki i zabiegi językowe. Pomimo odmiennych systemów medialnych obu nadawców, warstwa językowa programów wykazuje istotne podobieństwa, co sugeruje istnienie uniwersalnych mechanizmów komunikacyjnych w radiu dla dzieci. Wartość poznawcza artykułu polega na ukazaniu gier komunikacyjnych jako istotnego narzędzia interakcji w radiofonii dziecięcej oraz ich roli w budowaniu relacji nadawczo-odbiorczej.

Słowa kluczowe: gry komunikacyjne, radio dla dzieci, funkcje wypowiedzi, fatyczność, ekspresywność, perswazyjność, sprawczość