

Kawa czy herbata?

Pierwszy telewizyjny program śniadaniowy

Ewelina Tyc



WYDAWNICTWO
UNIWERSYTETU ŚLĄSKIEGO

Monografia wpisuje się doskonale w nurt nowoczesnych prac, w których język, a przede wszystkim jego użycie w mediach, jest jednym z kodów, a analiza zasadza się na podejściach interdyscyplinarnych, uwzględniających multimodalne aspekty przekazu z perspektywy lingwistyki dyskursu [...]. Szersze spojrzenia są wartościowe, nawet gdy wiążą się z różnym rozłożeniem akcentów pochodzących z kilku dyscyplin czy też podejść. Taką odwagą badawczą wykazała się Autorka przedłożonej pracy.

Z recenzji wydawniczej prof. dr hab. Zofii Bilut-Homplewicz

Dla badacza przekazów polimodalnych nie lada wyzwaniem jest także takie ich ujęcie, by równomiernie i adekwatnie docenić w analizie różne kody semiotyczne współtworzące komunikat. Na tę wielość sposobów oddziaływania na widza: przez słowo, obraz, dźwięk cały czas Autorka zwraca uwagę. [...] Doceniam wyjątkową umiejętność badawczą Eweliny Tyc polegającą na łączeniu analizy i opisu zjawisk językowo-stylistycznych z ich pozawerbalnym kontekstem.

Z recenzji dr hab. prof. UŁ Ewy Szkudlarek-Śmiechowicz

Podjęta w pracy próba całościowego uchwycenia programu śniadaniowego „Kawa czy herbata?” pod kątem zmian w zachowaniach językowych, gatunkach mowy, wykorzystania różnych zasobów semiotycznych w kontekście przemian w mediach, jak i w Polsce, wymaga zastosowania interdyscyplinarnego aparatu metodycznego [...]. Ewelina Tyc podjęła się zatem poznawczo bardzo ważnego i metodycznie ambitnego zadania i w moim przekonaniu zrealizowała w swojej dysertacji postawiony sobie cel.

Z recenzji prof. UW dr. hab. Waldemara Czachura

Kawa czy herbata?

Pierwszy telewizyjny program śniadaniowy

Komunikat polimodalny
z perspektywy lingwistyki dyskursu

Prace Naukowe



Uniwersytetu Śląskiego
w Katowicach
nr 3718

50 lat
**Uniwersytetu
Śląskiego**
w Katowicach

Ewelina Tyc

Kawa czy herbata?

Pierwszy telewizyjny program śniadaniowy

Komunikat polimodalny
z perspektywy lingwistyki dyskursu

Redaktor serii: Językoznawstwo Polonistyczne
Bożena Witosz

Recenzent
Zofia Bilut-Homplewicz

Spis treści

Wstęp / 7

Konteksty teoretyczne i metodologiczne pracy

1. Lingwistyka dyskursu – dyskurs i analiza dyskursowa / 15
2. Językowy, dyskursywny, medialny obraz świata / 24

Telewizja – specyfika medium

1. Dyskurs telewizyjny / 37
 - 1.1. Nadawca / 39
 - 1.2. Odbiorca / 43
 - 1.3. Pozostałe eksponenty / 50
2. Program śniadaniowy jako gatunek telewizyjny / 58

Kawa czy herbata? – dyskursowe studium programu

1. Charakterystyka programu *Kawa czy herbata?* / 75
2. Zagadnienia szkatułkowej budowy i polimodalności / 79
3. Zagadnienia teatralizacji i autoprezentacji / 113
4. Zagadnienie stylu osobniczego / 141
5. Zagadnienia doboru tematu i wpływu społecznego / 175

Podsumowanie / 197

Aneks / 201

Bibliografia / 203

Indeks osobowy / 219

Summary / 223

Wstęp

Kwiaty nie pachną dla siebie, tylko zawsze dla kogoś.

Ryszard Kapuściński¹

W centrum refleksji nad mediami masowymi jest odbiorca – czytelnik, słuchacz, widz, internauta, ponieważ współczesne media projektują przekazy ze względu na określonego adresata. Czasami kreują rzeczywistość, szerzą wartości, proponują kanony oraz szkicują możliwą przyszłość swego odbiorcy. Konwergentne media są blisko adresata, nawet w najbardziej intymnych sytuacjach jego życia. Człowiek w zmediatyzowanym świecie balansuje między komunikacją bezpośrednią a zapośredniczoną przez media, choć równie towarzyską, bliską i bezpretensjonalną.

Przedmiotem niniejszej refleksji jest telewizyjny program śniadaniowy *Kawa czy herbata?*, który od roku 1992 budził widzów TVP1 o 6:00 rano nieprzerwanie przez dwadzieścia jeden lat. Obecnie jest to program, który wpisał się do historii stacji, ponieważ w roku 2013 zakończono jego emisję. Pierwotnie był to magazyn bezkonkurencyjny zarówno w wymiarze gatunkowym – jako program śniadaniowy, jak i w wymiarze czasowym, ponieważ pasmo od 6:00 do 8:00 rano długo było niedoceniane przez nadawców telewizyjnych. Dopiero w 2001 roku w tym paśmie pojawił się program *Wstajesz i wiesz* w stacji TVN24, w 2007 roku – *Poranek Info* w TVP Info, a rok później – *Nowy dzień z Polsat News* w stacji Polsat. Należy jednak zaznaczyć, że są to programy informacyjne i stanowią alternacje gatunkowe dla programów śniadaniowych nadawanych w stacjach ogólnotematycznych, takich jak *Kawa czy herbata?* (TVP1), *Dzień Dobry TVN* (TVN) lub *Pytanie na śniadanie* (TVP2). Dwa ostatnie do dziś są emitowane w paśmie od 8:00 do 11:00, czyli później niż program analizowany w tej pracy.

Inspiracją do podjęcia tego tematu były liczne konstatacje wynikające z obserwacji mediów, a w szczególności telewizji, dlatego w pracy zostanie wstępnie

¹ R. KAPUŚCIŃSKI: *Imperium*. Warszawa 2005, s. 23.

zbadany jej fenomen. Jest to medium, które nie tylko wedle potocznych opinii uchodzi za najważniejsze, potwierdzają to również badania, z których wynika, że mimo konkurencji i ekspansji nowych mediów, w 2015 roku² telewizja była ciągle liderem, stanowiąc 52,27% rynku medialnego w Polsce, podczas gdy pozostałe media łącznie stanowiły 47,73%³. Kolejną przesłanką do podjęcia tematu stało się przekonanie, że telewizja na śniadanie, bo taka idea przyświeca porannym pasmom, jest w Polsce chętnie oglądana. Świadczą o tym nie tylko wskaźniki oglądalności, lecz także obecność porannego pasma zarówno w każdej głównej polskiej stacji telewizyjnej, jak i w stacjach lokalnych (np. TVP Katowice od 2016 roku). Te najnowsze dane oraz fakt, że ciągle powstają nowe programy śniadaniowe, np. w telewizji internetowej, wskazują, że tendencja, którą dało się zaobserwować kilka lat temu, nie słabnie. To również potwierdza słuszność wyboru tematu. Jednak najważniejszym czynnikiem, który przesądził o podjęciu tego zagadnienia był program *Kawa czy herbata?*, który stanowił jedną z flagowych produkcji TVP1 stworzonych przez ówczesnego prezesa stacji – Janusza Zaorskiego, po to, żeby się „wyróżnić i stworzyć swoją telewizję”⁴. Analiza stanu badań wykazała, że żadna z dotychczasowych monografii traktujących o telewizji śniadaniowej nie opisywała całościowo *Kawy czy herbaty?*, zajmowano się późniejszymi produkcjami: *Pytanie na śniadanie* czy *Dzień Dobry TVN*. W wielu pracach pojawiała się informacja o *Kawie czy herbacie?*, ale tylko w formie wzmianki. Walorem tego widowiska telewizyjnego był sposób transmisji. Audycję prowadzono na żywo, co z jednej strony stanowi esencję telewizji – bycie tu i teraz z odbiorcą, z drugiej zaś jest wyzwaniem dla prezentera i całej ekipy montażowej. Na atrakcyjność programu wpływał też czas emisji, czyli dwadzieścia jeden lat, na które przypadły ogromne przemiany nie tylko samej Telewizji Polskiej, lecz także w ogóle mediów masowych. Stąd nasunęły się pytania, czy ten gatunek uległ zmianom na przestrzeni czasu, a jeśli tak, to jak duże były to zmiany? Czy przez te dwadzieścia jeden lat zmieniały się trendy, język, kultura, środki wyrazu czy też styl wypowiedzi telewizyjnej. Wreszcie, czy w tym programie odbiła się niczym w lustrze transformacja życia Polaków na przełomie wieków.

Za równie cenny przy wyborze tematu uznałam fakt, że zakończona emisja staje się szansą na dokonanie swoistej monografii programu. Możliwe było opracowanie jej przynajmniej z kilku perspektyw, jednak moje kompetencje pozwoliły na spojrzenie od strony możliwości badawczych lingwistyki dyskursu. W tej analizie można było wykorzystać jeszcze przynajmniej trzy perspektywy: genologiczną, lingwistykę płci i mediolingwistykę. Jednak po rozpoznaniu sta-

² W 2014 roku również, zatem jest to stała tendencja. Dane opublikowane w „Press” 2014, nr 3, s. 108.

³ Dane opublikowane w „Press” 2016, nr 3, s. 108.

⁴ Wypowiedź Janusza Zaorskiego w programie *Kawa czy herbata?* z dnia 27 sierpnia 2012 roku.

nu badań okazało się, że dwie pierwsze są już mocno wyeksploatowane w tym kontekście, a ostatnia „nie daje, na tym etapie, narzędzi pozwalających opisać interakcji między warstwą językową i niejęzykową tekstu tj. obrazową, typograficzną, strukturalną czy kolorystyczną” (OPIŁOWSKI i in., 2015: 11). Z narzędzi obu tych ujęć badawczych korzystam w niektórych miejscach pracy, jednak nie stanowią one podstawy głównego opisu. Analizę dyskursową traktuję jako narzędzie adekwatne do charakterystyki przekazu multisemiotycznego, który tworzy telewizja. Do tej pory analizę dyskursową stosowano do tekstów pisanych. W tej pracy zostanie zatem sprawdzona aplikowalność tego narzędzia do tekstów oralnych, a więc do szczególnej formy języka w użyciu. Zakładam, że to pozwoli spojrzeć na tekst, obraz i dźwięk jak na elementy współwystępujące i dopełniające się z perspektywy lingwistycznej. Mimo iż widowisko telewizyjne uznaje się za tekst, to cechuje je przecież skomplikowana siatka semiotyczna (LOEWE, 2013a: 295). Ponadto warto zaznaczyć, że do tej pory monografie dotyczące programów śniadaniowych prezentowały ujęcia socjologiczne, kulturoznawcze i medioznawcze, zatem ujęcie językoznawcze będzie nową propozycją.

W tym miejscu należy również wyjaśnić, dlaczego w niniejszej pracy konsekwentnie używany jest termin *analiza dyskursowa*. Otóż przyjmuję za Markiem Czyżewskim, że kiedy mowa o przestrzeni dyskursu, to jest to przestrzeń *dyskursowa* a nie *dyskursywna*⁵. Analiza dyskursywna w rozumieniu Czyżewskiego konotuje dialektyczne i agonistyczne nastawienie interlokutorów. W żadnym razie nie jest ono adekwatne do ról pełnionych przez aktorów programu śniadaniowego. *Analiza dyskursowa* jest zaś strukturalnym derywatem nazwy dyscypliny, której narzędzie stanowi lingwistyka dyskursu. O zasadności zastosowania rozmaitych narzędzi wykorzystywanych do opisu obrazu świata zdecydowało to, że telewizja jest medium, które kreuje rzeczywistość i propaguje postawy, wzory i ideały (GAJDA, 2003: 45), zatem tworzy pewne obrazy świata.

Moim celem jest wyekscerpowanie najważniejszych elementów programu *Kawa czy herbata?*, które pozwolą scharakteryzować pierwszy ogólnopolski program śniadaniowy w ujęciu zarówno diachronicznym, jak i synchronicznym oraz na tej podstawie – zarysowanie elementów stałych lub zmiennych występujących w telewizji.

Praca złożona jest z trzech głównych części, które podzielone są na szczegółowe rozdziały. Pierwszą część stanowią konteksty teoretyczne i metodologiczne pracy, czyli lingwistyka dyskursu, pojęcie dyskursu i narzędzia oraz językowy, dyskursywny i medialny obraz świata (JOŚ, DOŚ, MOŚ). Druga część to opis specyfiki medium – telewizji, w którym zawiera się zgromadzony materiał. Ponadto przybliżenie podstawowych jej cech, a zwłaszcza sposobów komunikowania się nadawcy medialnego z audytorium. Omówiony zostanie tu rów-

⁵ Wystąpienie prof. UŁ dra hab. Marka Czyżewskiego na konferencji naukowej *Dyskurs i jego odmiany*, Brenna 22–24.10.2014 roku.

niez problem funkcjonowania i znaczenia obrazu w przekazie telewizyjnym. Zatem tym, co wyróżnia to medium spośród pozostałych tradycyjnych, jest współwystępowanie obrazu i słowa. Kolejnymi poruszonymi kwestiami będą: partnerstwo publiczno-prywatne, mieszanie stylów i eliminowanie galenosfery. Ostatni rozdział tej części zostanie poświęcony genologicznej charakterystyce programu śniadaniowego oraz usystematyzowaniu refleksji naukowej zarówno medioznawczej, jak i lingwistycznej w tym obszarze. W trzeciej zaś części – analitycznej – zostanie opisany i zinterpretowany materiał audiowizualny programu *Kawa czy herbata?*. Został on uporządkowany według następujących zagadnień: 1) charakterystyka programu; 2) szkatułkowa budowa i polimodalność; 3) teatralizacja i autoprezentacja; 4) styl osobniczy; 5) dobór tematu i wpływ społeczny.

Pozyskiwanie materiału

Fakt, że program *Kawa czy herbata?* był emitowany na antenie TVP1 nieprzerwanie przez dwadzieścia jeden lat, pięć razy w tygodniu, czasami włącznie z wakacjami, pozwolił pierwotnie sądzić, że materiał audiowizualny do analizy będzie obfity. Wstępna już weryfikacja sygnatur tego programu w Archiwum TVP w Warszawie obaliła pierwotne założenie. Okazało się bowiem, że telewizja dysponuje około dziewięćdziesięcioma odcinkami *Kawy czy herbaty?* od 1994 roku. Po dopełnieniu wszystkich formalności związanych z pozyskaniem materiału z archiwum doszło do weryfikacji stanu archiwaliów, który wykazał, że stan faktyczny różni się ze stanem przedstawionym w rejestrach elektronicznych. Wynikało to z tego, że wiele nośników, na których nagrany był program, zostało zagranych innym materiałem. Ostatecznie w archiwum znajdowało się zaledwie piętnaście płyt, na których nagrane były fragmentaryczne zapisy programu. To zmotywowało mnie do dalszych poszukiwań w regionalnych ośrodkach TVP. Do wszystkich ośrodków wysłałam mejlowe zapytanie o stan archiwaliów. Z siedmiu dostałam informację potwierdzającą posiadanie nagrań tego programu. Jednak, żeby zweryfikować stan faktyczny i dowiedzieć się, jakie fragmenty są nagrane, musiałam osobiście pojechać do niektórych ośrodków m.in. w Bydgoszczy, Toruniu (redakcja), Lublinie, Katowicach, Rzeszowie. W wielu tych ośrodkach okazało się, że materiał jest nagrany lub tak fragmentaryczny, że nie wniósłby nic do pracy.

Nawiązałam również kontakt z byłą już redakcją programu *Kawa czy herbata?*. Okazało się, że kilka osób, które kiedyś pracowały przy realizacji magazynu, nagrywało program od drugiej połowy 2008 roku do końca emisji, czyli do 2013 roku. Ten materiał został mi udostępniony i stanowi bazę analizy. Ponadto Iwona Barańska, która pracowała przy produkcji magazynu, napisała pracę maderską zatytułowaną: *Kawa czy herbata? Pierwszy program śniadaniowy w pol-*

skich mediach w latach 1992–2009 r. pod kierunkiem dr hab. Ewy Gębickiej w Państwowej Wyższej Szkole Filmowej, Telewizyjnej i Teatralnej im. Leona Schillera w Łodzi na Wydziale Organizacji Produkcji Telewizyjnej i Filmowej, którą obroniła w 2011 roku. Barańska pisała pracę magisterską, kiedy *Kawa czy herbata?* była jeszcze na antenie i nic nie zapowiadało jej końca. Miała zatem możliwość przeprowadzania wywiadów z osobami, które ówczesnie pracowały na planie programu. Ta praca dostarczyła mi bogaty materiał w postaci wywiadów z prowadzącymi *Kawę czy herbatę?* oraz z Halszką Wasilewską, twórczynią tego magazynu.

Ostatecznie analizą zostało objętych sto odcinków programu *Kawa czy herbata?* z lat 1994, 1995, 2001, 2008–2013. Każdy odcinek trwał średnio dwie godziny, zatem badaniu poddane zostało ponad dwieście godzin materiału audiowizualnego. Analiza obejmuje zarówno transkrybowany materiał werbalny, jak i pozawerbalny. Wypowiedzi uczestników programu cytowane są w pracy dosłownie, włącznie z elementami parajęzyka oraz z uwzględnieniem linii intonacyjnej, z tego względu mogą w nich występować różne błędy językowe.

Konteksty

teoretyczne i metodologiczne pracy



1. Lingwistyka dyskursu – dyskurs i analiza dyskursowa

Rozważania dotyczące analizy dyskursowej należy rozpocząć od krótkiego wprowadzenia dotyczącego samego dyskursu. Jest to kategoria – z jednej strony – bardzo interesująca badawczo, z drugiej natomiast – budząca naukowe kontrowersje. Jednak najpierw doprecyzuję, co rozumiem przez termin *analiza dyskursowa*. Wyjaśnienie to jest niezbędne, w kontekście funkcjonowania synonimicznego pojęcia jakim jest *analiza dyskursu*. W tej pracy traktuję analizę dyskursową jako narzędzie potrzebne do opisu dyskursu, a nie jako metodę postępowania ciążącą w kierunku metodologii, która została zapoczątkowana przez Zelliga S. Harrisa w pracy *Analiza dyskursu* z 1952 roku. Z czasem to zagadnienie ewoluowało i zostało obszernie opisane przez licznych naukowców z różnych dziedzin badawczych w obszarze nauk społecznych i humanistycznych. W niniejszej pracy szczególnie ważne będą prace polskich lingwistów¹.

Zagadnienie dyskursu, szerokie i wieloaspektowe, absorbuje badaczy różnych dyscyplin naukowych. Problem definiowania tego pojęcia wynika z interdyscyplinarności i wielowymiarowości dyskursu oraz z różnorodnych podejść teoretycznych. Pojęcie to inaczej jawi się przecież w koncepcji Michaela Foucaulta (FOUCAULT, 2002a), który postrzega dyskurs jako zbiór wypowiedzi należących do jednego systemu formacyjnego, analiza tak rozumianego dyskursu może zatem w ogóle nie uwzględniać języka. Inaczej zaś w pracach lingwistycznych oraz tekstologicznych, choć należy przyznać, że także badacze tych dyscyplin nie są jednomyślni. Rozumieją bowiem dyskurs jako zdarzenie komunikacyjne (Stanisław Grabias), całość aktu komunikacji (tekst + kontekst) (Anna Duszak) czy konstrukcję modelującą, czyli normę i strategię zastosowaną w procesie tworzenia tekstu (Janina Labocha). Dodatkową trudnością w opracowaniu uniwersalnej definicji jest fakt, że mianem dyskursu określa się wielopłaszczyznowe zjawiska w przestrzeni działań społecznych. Wpływ na różnorodność rozumienia tego terminu ma również jego duża popularność

¹ Niezwykle inspirujące w tym obszarze badawczym są prace Bożeny Witosz.

w mediach oraz potoczne rozumienie dyskursu jako rozmowy, przemówienia, dyskusji. Potwierdzenie takiego ujęcia można znaleźć w rozmaitych słownikach, m.in. w *Słowniku wyrazów obcych* (KOPALIŃSKI, 2000: 136), w *Nowym słowniku języka polskiego* (SOBOL, 2002: 167), czy *Wielkim słowniku języka polskiego* (ŻMIGRODZKI, 2007), w których dyskurs utożsamiany jest właśnie z tymi trzema rzeczownikami. Waldemar Czachur i Dorota Miller konstatują, że

Wskutek tego masowego użycia, różnorodności dyscyplin naukowych operujących pojęciem dyskursu, jak również wielowątkowej etymologii dyskurs może być, zależnie od kontekstu, w którym się pojawia, w różny sposób rozumiany i interpretowany.

CZACHUR, MILLER, 2012: 25

Bożena Witosz z kolei zwraca uwagę, że dyskurs to kategoria płynna i rozmyta, co oznacza, że „jest kategorią relatywną, jego znaczenie, zakres i użycie są determinowane przez konkretny paradygmat teoretyczny oraz tradycje badawcze różnych środowisk naukowych” (WITOSZ, 2016: 21). Wielu dyskursologów dostrzega potrzebę usystematyzowania i uporządkowania obfitego zasobu teoretyczno-metodologicznego oraz interpretacyjnego, który już powstał i ciągle powstaje, dowodem tego są liczne krytyczne analizy opisujące *status quo* dyskursu. Dziś są już dostępne prace, które w sposób wyczerpujący omawiają proces pozyskiwania wiedzy na temat dyskursu z badań zagranicznych na rodzimy grunt oraz krystalizowania się tego pojęcia w polskich badaniach². W obliczu, z jednej strony, obfitego materiału teoretycznego opracowanego już przez dyskursologów³, z drugiej zaś ciągłej aktualizacji stanu badań w obszarze dyskursu, przejdę do przedstawienia stanowiska, które w tej pracy będzie obowiązujące.

Przyjmuję za Witosz, że dyskurs to kategoria abstrakcyjna i intersubiektywna różna zarówno od tekstu jako działania oraz wytworu, jak i od gatunku jako konwencji. Tekst jest emanacją dyskursu, ponieważ „dyskurs dopiero wyłania się z tekstu / tekstów w drodze interpretacji, dlatego mówimy, że jest intelektualnym konstruktem” (WITOSZ, 2016: 23). Badaczka w toku swoich wieloaspektowych, dyskursologicznych analiz za najtrafniejszą definicję dyskursu uznaje tę zaproponowaną przez przedstawiciela Krytycznej Analizy Dyskursu – Normana Fairclougha: „Dyskurs jest sposobem nadawania znaczenia pewnemu konkretnemu obszarowi życia społecznego postrzeganemu z określonej perspektywy” (FAIRCLOUGH, 1995: 14; cyt. za WITOSZ, 2016: 27).

² Kompleksowego opisu dyskursu dokonali m.in. Bożena Witosz, por. WITOSZ, 2009a; 2012; 2016 oraz Ewa Miczka, por. MICZKA, 2002.

³ Tu powołuję się na prace dotyczące dyskursu takich badaczy jak: Bożena Witosz, Ewa Miczka, Stanisław Gajda, Maria Wojtak, Waldemar Czachura, Zofia Bilut-Homplewicz, Tomasz Piekota, Marcin Poprawa.

Ta definicja jest również ważna w kontekście analizowanego w tej części pracy zagadnienia. Zwrócona w niej zostaje bowiem uwaga na obszar pozajęzykowy dyskursu, na aspekty subiektywnego postrzegania rzeczywistości („określonej perspektywy”), na rolę „schematów myślowych” (WITOSZ, 2016: 19–39) oraz na funkcję podmiotu w dyskursie (o tym szerzej w dalszej części).

Pisząc o lingwistyce dyskursu, warto wspomnieć o Krytycznej Analizie Dyskursu (KAD)⁴, którą Barbara Jabłońska opisuje w następujący sposób:

Zatem, analiza dyskursu to poważne wyzwanie dla badacza, wymaga bowiem, jak już wspomniano, podejścia interdyscyplinarnego, ukazującego relacje pomiędzy tekstem, mową, poznaniem społecznym, władzą, społeczeństwem i kulturą (van Dijk, 1993: 253). Co więcej, badacz nie tylko opisuje i wyjaśnia interesujące go zjawiska, lecz także przyjmuje postawę aktywnego rzecznika i obrońcy tych, którzy podlegają działaniom ukrytej, często nieuświadomionej władzy przybierającej formę przemocy o charakterze symbolicznym.

JABŁOŃSKA, 2006: 58

To podejście oprócz kluczowej kwestii, czyli usytuowania badacza analizującego dyskurs po jednej ze stron poddanej jakimkolwiek wpływowi w interakcji, wskazuje też na tę istotną, również w analizie dyskursowej, relację między językiem a tym, co jest poza nim.

Na ten pozajęzykowy wymiar dyskursu zwracał uwagę już sam Foucault, uważany za twórcę interdyscyplinarnego podejścia do dyskursu, pisząc, że dyskurs to coś więcej niż język, to „system ludzkich wypowiedzi, zawierający w sobie również to, o czym mówiono” (cyt. za DOMINIAK, 2004: 44). Zatem pojawia się tu również kwestia tematu, która jest ambiwalentna dla badaczy. Dla germanistów w definiowaniu dyskursu istotne jest kryterium tematu. Twierdzą oni, że zdarzenia, które powstają w przestrzeni społecznej, stwarzają temat, a ten temat z kolei motywuje powstanie określonego dyskursu. Ich zdaniem dyskurs to „zespół wypowiedzi / tekstów powiązanych ze sobą tematycznie” (BILUT-HOMPLEWICZ, 2013: 28–29). W opozycji do tej koncepcji staje Bożena Witosz, która uważa, że temat jest ważnym wyznacznikiem dyskursu, ale nie jedynym, a w wielu przypadkach nie najważniejszym (WITOSZ, 2016). Jest to kwestia interesująca badawczo, ponieważ problem dyskursu w kontekście nobilitacji bądź deprecjacji kryterium tematu nie jest absolutnie łatwy do rozstrzygnięcia. Jednak przyjęte już wyrażenia *dyskurs publiczny*, *dyskurs medialny*, *dyskurs instytucjonalny*, *dyskurs feministyczny* itd. dowodzą, że temat to element istotny, czasem bardziej, czasem mniej. Choć jego rola w dyskursie nie jest przedmiotem tych

⁴ Aleksandra Grzymała-Kazłowska zaproponowała podział analizy dyskursu (metody) na trzy orientacje: socjologiczną, lingwistyczną oraz krytyczną. Zob. *Socjologicznie zorientowana analiza dyskursu na tle współczesnych badań nad dyskursem*. „Kultura i Społeczeństwo”, Warszawa 2004, nr 48 (1), s. 13–34.

dociekań, to należy zaznaczyć, że stanowi ciekawy aspekt z perspektywy analizy dyskursu telewizyjnego, ponieważ zespół wypowiedzi/tekstów w dyskursie telewizyjnym nie jest powiązany jednym tematem, jest to konglomerat nie jednego, a wielu tematów. Niezwykle trudno byłoby wskazać w omawianym typie dyskursu jakąkolwiek regularność w wyborze tematów. Zatem dyskurs telewizyjny nie będzie podlegał ograniczeniom tego kryterium, gdyż to nie temat będzie budował tożsamość dyskursu, a raczej określony typ „przekaznika” (McLUHAN, 1975: 150), tu kryterium tematu będzie zatem fakultatywne.

Dla lingwistów niezaprzeczalnie istotne są też, wyodrębnione przez Teuna van Dijk, wymiary dyskursu: językowy, komunikacyjny, poznawczy oraz interakcyjny (VAN DIJK, 2001: 14). Analogiczne ujęcie przedstawia Maria Wojtak, która proponuje badać wzorzec tekstu wedle kategorii: stylistycznej, strukturalnej, poznawczej i pragmatycznej (WOJTAK, 2004: 30–31). Wynika z tego, że analiza dyskursu winna obejmować zarówno poziom werbalny, jak i pozajęzykowy, w tym epistemologiczny. Van Dijk zauważył również, iż analizę dyskursu niekoniecznie trzeba zaczynać od języka, ponieważ często te aspekty pozajęzykowe determinują użycie określonych form wypowiedzi. Badacz wskazuje też na trzy wymiary dyskursu: „użycie języka, przekazywanie idei oraz interakcję w sytuacjach społecznych” (VAN DIJK, 2001: 10).

Na wymiar pozajęzykowy zwrócili uwagę również niemieccy lingwiści Jürgen Spitzmüller i Ingo Wranke (SPITZMÜLLER, WRANKE, 2011: 200; cyt. za CZACHUR, MILLER, 2012: 36–37), którzy opracowali schemat wielopoziomowej analizy dyskursu, próbując tym samym, uporządkować dotychczasowe ustalenia na temat dyskursu. Istotą modelu jest wielowarstwowość tego zagadnienia. Zdaniem tych badaczy w analizie dyskursu ważne są: podmiot/podmioty, ich wiedza, kontekst kulturowo-społeczny (analiza transtekstualna) oraz analiza tekstu i języka (płaszczyzna intertekstualna).

Aspekt pozajęzykowy za ważny uznali również współcześni socjologowie, pisząc, że dyskurs to „system znaczeń kształtujących tożsamość podmiotów i przedmiotów” (LACLAU, MOUFFE, 2007: 15; cyt. za WITOSZ, 2009b: 70). Jest to pogląd semiotyczno-semantyczny, wedle którego tożsamość aktorów dyskursu kształtowana jest przede wszystkim przez poziom znaków i znaczeń.

Analizę dyskursu w tekstach literackich zastosowała Witosz (WITOSZ, 2009a), która penetrowała dyskurs na kilku płaszczynach: jednostkowej wypowiedzi i stylu indywidualnego nadawcy, stylu tekstu, stylu gatunku, tematu tekstów różnogatunkowych (np. dyskurs podróźniczy), przynależności ideologicznej (np. dyskurs feministyczny), przynależności instytucjonalnej (np. dyskurs szkolny) i przynależności kulturowej (np. dyskurs modernistyczny). Tu warto przypomnieć, że dyskurs jest kategorią o charakterze ponadgatunkowym, czyli w jego przestrzeni będą mieściły się nie tylko rodziny gatunków, lecz także różnogatunkowe zespoły, niekoniecznie charakterystyczne dla danego dyskursu.

W dyskursie telewizyjnym, charakteryzującym się wielogatunkowością, gatunek nie będzie prymarną kategorią, stanowić ją będzie dyskurs.

W kontekście tej pracy ważnym ustaleniem jest to, że „Analiza, biorąc pod uwagę aspekt odbioru [podkreślenie – E.T.], nazywana jest dziś często analizą dyskursywną” (WITOSZ, 2009a: 138).

Badacz dyskursu przyjmuje punkt widzenia odbiorcy. Jest to niezwykle ważna konstatacja, ponieważ otwiera drogę do interpretacji odbiorczej danego dyskursu, co w świetle analizy np. dyskursu telewizyjnego jest niezwykle ważne, gdyż telewizja, jak każde medium, jest skoncentrowana na odbiorcach. To widzowie przecież są adresatami wszystkich programów, bez nich nie ma telewizji.

Kolejne istotne dla tych rozważań jest spostrzeżenie, które czyni Witosz na temat tekstu w dyskursie:

Badania nad dyskursem uświadomiły nam, że do kwalifikatorów: gatunkowego i stylowego należy dodać jeszcze dyskursywny, bowiem tak, jak nie ma tekstu poza gatunkiem i stylem, tak nie ma tekstu poza dyskursem.

WITOSZ, 2016: 31

Jednak uwikłanie tekstu w dyskurs również nie jest jednoznaczne. Niektórzy badacze eksponują wyraźne różnice między tekstem a dyskursem. Inni z kolei uważają, że nie należy ich nadmiernie wyodrębniać, gdyż dyskurs jest kategorią modelującą, która „podświetla” pewne aspekty tekstu (por. WITOSZ, 2007). Istotne dla tych rozważań jest to, iż tekst jest źródłem informacji na temat, analizowanego w tej pracy, dyskursu telewizyjnego, ponieważ widowisko telewizyjne, mimo bogactwa i skomplikowanej siatki semiotycznej, uznaje się za tekst (LOEWE, 2013a: 295). W niniejszych rozważaniach przyjmuję, że tekst to jednostkowy akt komunikacji, który ma swój model (*tekstem*) i jest strukturą z planu aktualizacji, użycia, czyli *parole*.

Według Marii Wojtak (WOJTAK, 2011) tekst, ze względu na interakcyjny potencjał, zajmuje określony punkt w przestrzeni dyskursywnej, gdyż podmioty dyskursu komunikujące się w określonej przestrzeni dyskursu dokonują również wyboru adekwatnej formy tekstu.

Janina Labocha z kolei przez dyskurs rozumie „normę i strategię zastosowaną w procesie tworzenia tekstu i wypowiedzi” (LABOCHA, 1996: 51). Fundamentem owej strategii, według badaczki, są uwarunkowania społeczne i kulturowe, na bazie których tworzą się normy określające cechy gatunkowe tekstów. Urszula Żydek-Bednarczuk podkreśla również, że teksty należy analizować zarówno ze względu na ich strukturę, jak i w kategoriach zdarzenia komunikacyjno-pragmatycznego (ŻYDEK-BEDNARCZUK, 2005: 67). Witosz wskazuje zaś, że na podstawie analizowanych tekstów możemy budować dyskurs. Wielość ujęć badawczych, dotyczących tego zagadnienia oraz bogactwo informacji, które niesie ze sobą tekst, pokazują, że w analizie dyskursowej tekst będzie kluczowym

źródłem informacji na temat poszczególnych elementów interesującego nas dyskursu. Analiza tekstu przez pryzmat dyskursu ukaże w szczególności jego sens, a nie tylko strukturę (por. m.in. VAN DIJK, 2001).

Podsumowując dotychczasowe ustalenia, można dokonać ogólnego założenia, które uporządkuje dalszy wywód. Otóż analiza dyskursowa będzie uwzględniała zarówno kategorię podmiotu/podmiotów (jego perspektywę, punkt widzenia, świat wartości, cele, poczucie estetyki, mikrokulturę, system przekonań, postawy, pozycję społeczną, aspekt poznawczy, wiedzę wspólną, ich role komunikacyjne itp.), tematu/przedmiotu, kontekstów, kodu werbalnego (tekst pisany i mówiony), kodu niewerbalnego, jak i aspekt ideologiczny, społeczny, instytucjonalny i kulturowy dyskursu. Każdy z tych parametrów w dyskursie telewizyjnym jest złożony i sprzęgnięty z pozostałymi, w innych dyskursach nie muszą pojawiać się wszystkie te elementy, nie muszą też występować w takim układzie.

W tej pracy uwaga skupiona będzie na kategorii podmiotu, który w dyskursie jest wpleciony w sieć licznych zależności pozajęzykowych (relacja z innymi podmiotami, uwarunkowania kulturowe, społeczne, wyznaniowe itp.). Zaryzykować można stwierdzenie, że w dyskursie telewizyjnym podmiot zajmie szczególne miejsce i będzie to kategoria „mocna”. Już Foucault w swojej koncepcji zwracał uwagę na to, że badając dyskurs, należy uwzględnić także warunki, w których się kształtował. Toteż wszelkie interakcje językowe należy wiązać, zdaniem Foucaulta, z czynnikami społeczno-politycznymi, ekonomicznymi i ideologicznymi podmiotu, gdyż podmiot dyskursu to ktoś, kto ma wiedzę, pewne przekonania i żyje w konkretnej przestrzeni społeczno-kulturowej. Nie dziwi zatem, że socjologowie, nawiązując do koncepcji Foucaulta, wysuwają na plan pierwszy kategorię podmiotów społecznych i odniesień tematycznych przedmiotów. Jeden z francuskich socjologów napisał, że dyskurs „jest to system znaczeń kształtujących tożsamość podmiotów i przedmiotów” (LACLAU, MOUFFE, 2007: 115; cyt. za HOWARTH, 2008: 174). Lingwistyka kognitywna również za główny uznaje poziom ideacyjny (przedmiot odniesienia) oraz poziom interakcyjny (pozycję autora wypowiedzi i jego rolę w danej sytuacji), zostawiając nieco dalej poziom formalny. Labocha także porównuje tekst, z którego, jak już wiadomo, wyłania się dyskurs, do oka kamery, przez którą widać świat z subiektywnej perspektywy podmiotu (LABOCHA, 1996: 53).

Obecnie podmiot jest niezwykle interesującym zagadnieniem. Łatwo dostrzec, że globalna kultura narzuca „kult podmiotu”. Oczywiście podmiot to zarówno nadawca/autor tekstu, jak i odbiorca. Takie spostrzeżenia czyni również Witosz:

Kontekstem dostarczającym podniet do zajmowania się refleksją teoretyczno-metodologiczną, dotyczącą procesów recepcji, jest także współczesna kultura, dostrzegająca i uwydatniająca rolę odbiorcy – już nie tylko deszyfratora, ale

interpretatora i współtwórcę wypowiedzi, a więc – w pewnym stopniu – jej kreatora.

WITOSZ, 2009: 137

Postulat Rolanda Barthes'a o śmierci autora i uwolnieniu interpretacji tekstów (BARTHES, 1990) wydaje się we współczesnym, zmediatyzowanym świecie nieaktualny. Każdy tekst, pojawiający się zarówno w tradycyjnych, jak i nowych mediach jest komentowany przez wiele osób i na różne sposoby przez pryzmat autora właśnie.

Przez ostatnie lata pojawiło się wiele programów⁵ *reality show* i *scripted docu* (paradokumenty, pseudo-dokumenty), które cieszą się ogromną oglądalnością. Można zatem zaryzykować stwierdzenie, że media uruchomiły mechanizm kuli śnieżnej. Telewizja, obserwując rosnącą popularność internetowego obgadania, obnażania, ekshibicjonizmu, wytworzyła gatunki, które zaspokajają odwieczną skłonność człowieka do podglądania innych. Jednak bogata oferta tego typu gatunków oraz ich społeczna akceptacja i moda sprawiają, że widz jest zachęcany przez dyskurs medialny do interesowania się prywatnym życiem innych, szczególnie ludzi sławnych, celebrytów. Te programy złamały tabu intymności, prywatności, miru domowego. Media umożliwiają dostęp do wiedzy na temat popularnych osób, czynią publicznym to, co dotychczas człowiek uważał za mało istotne i przede wszystkim wstydlive oraz nieakceptowalne społecznie (np. plotkowanie, podglądanie, przekazywanie niesprawdzonych informacji). Mówi się, że współcześnie zostało zniesione tabu, choć bardziej zasadne wydaje się określenie tego zjawiska *prześledzeniem*. Dziś intymność i nagość nie są już takimi tematami, dowodem na to jest m.in. spadek sprzedaży gazety dla mężczyzn „Playboy”, której tytuł wypromowany został właśnie przez artystyczne sesje zdjęciowe nagich celebrytek. Obecnie marka ma nową strategię – koniec z nagością, ponieważ to się już nie sprzedaje, nie szokuje, nie przyciąga, nie dziwi. Nagość jest też bez żadnych ograniczeń dostępna w internecie. Tabu z kolei stają się kuluary pracy w mediach (por. film „Spotlight”) czy sposoby pracy mediów, oddziaływanie podprogowe, socjotechniki (np. manipulacja, perswazja, intensyfikacja lęku, intensyfikacja emocji) itp. Wiesław Godzic zauważa, że istnieje też telewizyjne tabu, czyli „społeczna presja i rozmaite regulacje, które powodują, że reprezentacje przemocy i seksu są poddane bardzo ścisłej społecznej kontroli” (GODZIC, 2010: 72), przykładem tej kontroli jest temat molestowania

⁵ Przez wzgląd na synonimiczność leksemu *program*, należy doprecyzować jego znaczenie w tym użyciu. Program telewizyjny, zgodnie z definicją ustawową, to uporządkowany zestaw audycji, regularnie rozpowszechniany i pochodzący od jednego nadawcy (zob. więcej MROZOWSKI, 2010: 21). Program telewizyjny to też emitowany w poszczególnych pasmach czasowych element, część składowa ramówki. Programy można klasyfikować ze względu na cel, np. programy informacyjne, publicystyczne, edukacyjne (zob. więcej STM) czy też paradokumentalne właśnie.

seksualnego, który na tle innych tematów pojawia się niezwykle rzadko, a jeśli się pojawi, szybko wygasa, wycisza się (por. #MeToo).

Ten trend, który silnie skupia się na wiedzy o jednostce, sprawia, że współcześni odbiorcy czytają tekst zarówno literacki, naukowy, jak i popularnonaukowy czy publicystyczny, inaczej. Chcą posiadać o autorze jak najwięcej informacji, również prywatnych, i dopiero kiedy dysponują tą wiedzą – interpretują.

Można stwierdzić, że XXI wiek znacząco zmienia postrzeganie rzeczywistości, a co za tym idzie – zmienia układ sił w dyskursie. Obserwując globalną kulturę, w której „istotną kategorią poznawczą staje się Ja” (KITA, 2010: 93), gdzie za każdym wytworem musi stać jednostka, która ma prawo „do tożsamości, do samorealizacji, do bycia sobą, stwarzania siebie, autoekspresji” (KITA, 2010: 93), posiadająca odpowiedni wizerunek (też e-wizerunek), w której podmioty dążą do profesjonalizacji komunikacji, należy szczególnie przyjrzeć się roli podmiotu w dyskursie i zbadać, czy w niektórych dyskursach to nie podmiot stanowi o jego szczególnej jakości. We współczesnych dyskursach podmiot może stać się nawet kluczowym kryterium. Nie jest to jednak sprzeczne z tezą o mechanizmach dyskursu, które wskazują podmiotowi określony sposób działania.

Mechanizmy dyskursów mają zatem charakter kontrolny, decydują nie tylko o tym, kto może o czymś mówić, ale i o tym, co może być powiedziane, uczynione, pomyślane w danej sytuacji społecznej i kulturowej, a co powinno być pominięte.

FOUCAULT, 2002a: 8; cyt. za WITOSZ, 2016: 27–28

Podmiot danego dyskursu przyjmuje jego reguły, jednak charyzmatyczna, silna osobowość może mieć wpływ na zmianę tych reguł oraz na aksjologię odbioru i postrzegania danego dyskursu, a co za tym idzie – na popularność/atrakcyjność dyskursu. Dowodzi to tego, że dyskurs jako kategoria jest dynamiczny i podlega negocjacjom w swoim zakresie. Tu parametrami pozwalającymi zbadać wpływ podmiotu na dyskurs będą: analiza indywidualnego stylu autora, jego punktu widzenia, analiza kodów niewerbalnych wspomagających przekaz ustny oraz interakcje w grupie podmiotów danego dyskursu i interakcji z podmiotami, które są poza danym dyskursem.

Wielokrotnie w tym rozdziale przytoczony został termin *punkt widzenia*, który jest ważnym komponentem dyskursu i wymaga wyjaśnienia. Analiza punktu widzenia może odsłonić **stosunek** przedmiotu do podmiotu wypowiedzi oraz jego **subiektywną ocenę**. „Przyjęty przez podmiot mówiący jakiś punkt widzenia funkcjonuje więc jako zespół dyrektyw kształtujących treść i strukturę treści słów i całych wypowiedzi” (BARTMIŃSKI, 2004: 105). Elżbieta Tabakowska zauważa, że podmiot jako widz rejestrujący obraz przekształca się zawsze w obserwatora, który wybiera sobie przedmiot obserwacji i wzbogaca

ową obserwację o własny komentarz, podmiot jest też zatem interpretatorem (TABAKOWSKA, 2004: 48–49).

Ponadto podmioty dyskursu dostarczają wiele informacji na temat konkretnego dyskursu, opisała to Bożena Witosz:

Za najważniejsze parametry *dyskursu* uznaje się jego wymiar instytucjonalny, ideologiczny, tematyczny oraz interakcyjny, które zyskują swą konkretyzację przez wskazanie na: typ sytuacji, role i pozycje społeczne (komunikacyjne) uczestniczących podmiotów, ich intencje, wiedzę, wyobrażenia, wartości, oceny, przekonania, wybory tematyczne, wreszcie szeroko rozumiane uwarunkowania kulturowe.

Witosz, 2012: 65

Zanurzenie podmiotu/podmiotów w określonej ideologii, sytuacji, roli społecznej, w kulturze odsłania się w elemencie dopełniającym/określającym dyskurs, np. dyskurs dziennikarski, dyskurs polityczny, dyskurs o OFE itd.

Warto jeszcze wrócić do kryterium tematu, z którym łączy się również przedmiot dyskursu. Temat, jak wskazywałam wcześniej, jest ważnym komponentem, ale tylko dla wybranych dyskursów, np. dyskursu politycznego. Jednak ten sam temat, czyli polityka może być tematem także innych dyskursów, np. prasowego, telewizyjnego czy radiowego, które z kolei mieszczą się w dyskursie medialnym. Podobnie obiekt, np. dziecko może być przedmiotem różnych dyskursów i w każdym z nich może być inaczej profilowany, na co również zwraca uwagę Witosz (WITOSZ, 2016). Zatem przedmiot jest bardzo plastycznym elementem (w przeciwieństwie do kategorii podmiotu), który w różnych dyskursach może być inaczej przedstawiany, opisywany i postrzegany. Obrazowanie danego tematu i przedmiotu zależy od ideologii, przekonań, warunków społecznych i kulturowych podmiotu, czyli „obraz (profilowanie) przedmiotu zależy od punktu widzenia podmiotu” (WITOSZ, 2016: 10).

Rozważania prowadzące od lingwistyki tekstu z jej naczelnym terminem i jego omówieniem należy pokierować w stronę drugiego z wykorzystanych narzędzi. Dyskurs determinuje jego analizę, w niej zaś szczególne miejsce zajmują trzy inne instrumenty: językowy obraz świata (JOŚ), dyskursywny obraz świata (DOŚ) i medialny obraz świata (MOŚ).

2. Językowy, dyskursywny, medialny obraz świata

Językowy obraz świata (JOŚ), dyskursywny obraz świata (DOŚ) oraz medialny obraz świata (MOŚ) traktuję jako kolejne narzędzia do analizy dyskursu telewizyjnego. Opis rozpocznę od JOŚ, który dał podstawy do mówienia m.in. o DOŚ i MOŚ. To pojęcie, podobnie jak *dyskurs*, jest wieloaspektowe i bogato opisane, dlatego celem tej analizy nie jest kolejne chronologiczne i kompletne omówienie tej kategorii¹. Ważne będzie zwrócenie uwagi na kilka elementów istotnych dla analizy dyskursu i konceptualizacji DOŚ i MOŚ. Warto też zauważyć, że w trakcie tworzenia się teoretycznych fundamentów tej kategorii cieszyło się ono różnym stopniem zainteresowania badaczy. Dziś, kiedy jest to już kategoria stabilna, dobrze umocowana teoretycznie i opisana w badaniach warto przypomnieć jedynie niektóre interesujące punkty w procesie krystalizowania się tego pojęcia.

JOŚ to konglomerat wielu ciekawych koncepcji, myśli, idei filozofów i badaczy języka. Kategoria JOŚ została ukuta z różnych myśli językoznawczych, m.in. z kognitywnej, antropologicznej, psychologicznej. Różnorodne spojrzenia badawcze zbudowały fundament tej kategorii. JOŚ ma długą tradycję, jak podaje Grzegorz Żuk, załączki myślenia o tym, że język determinuje obraz świata, można odnaleźć już w *Retoryce* Arystotelesa, gdzie filozof pisze o toposach (*loci communes*), które ustanawiają wspólne punkty odniesienia w procesie wnioskowania i przekonywania (ŻUK, 2010). Tu zdecydowanie warto zaznaczyć, że spostrzeżenie Arystotelesa zostało dostrzeżone i zinterpretowane w kontekście koncepcji JOŚ dopiero przez współczesnych badaczy. Przecież autor *Retoryki* kojarzony jest z początkami myśli związanej z językoznawstwem formalnym, za sprawą swojej matematycznej i funkcjonalnej koncepcji, mówiącej, że język jest funkcją logiczną. Z kolei Augustyn Mańczyk podaje, że początków tezy o JOŚ można szukać w czasach Marcina Lutra, który twierdził, że „różne języki mają swoje

¹ Pełny rekonesans różnych podejść badawczych JOŚ można znaleźć m.in. w pracach: ŻUK, 2010; ANUSIEWICZ, DĄBROWSKA, FLEISECHRT, 2000: 11–44.

specyficzne cechy w pojmowaniu świata” (MAŃCZYK, 1982: 31). Nowożytnym prekursorem koncepcji JOŚ jest Wilhelm von Humboldt. Był on kontynuatorem idei Georga Hegla, który utożsamiał język z myśleniem, twierdził nawet, że tylko język nadaje myśli formę, dlatego Humboldt mocno podkreślał, że myślimy tak, jak mówimy, a to, co umiemy powiedzieć, obrazuje stan naszej wiedzy. O ile Arystoteles koncentrował się w swoich dociekaniach na jednym języku (greckim), o tyle Humboldt dostrzegał, że „różne języki stanowią w istocie rozmaite sposoby widzenia świata” (HUMBOLDT VON, 1965: 141). Kolejną istotną postacią, której nie można pominąć, tworząc nawet fragmentaryczny opis JOŚ, jest Edward Sapir, który razem ze swoim mistrzem Franzem Boasem reprezentował antropologiczny kierunek, określany mianem dyfuzjonizmu. Badali oni efekty wzajemnego przenikania różnych kultur. Sapir, dla którego język był przewodnikiem w badaniach nad kulturą, jest również twórcą koncepcji relatywizmu kulturowego, którego podstawy leżą z kolei w poglądach przedstawiciela antropologii strukturalnej Luciena Levy-Bruhla. Twierdził on, że istnieją różne sposoby myślenia w zależności od sposobów postrzegania obiektów i zjawisk, a postrzeganie zaś uzależnione jest od stopnia rozwoju społeczeństw. Kontynuatorem idei Sapira był Benjamin Lee Whorf, popularyzator koncepcji determinizmu językowego, który uważał, że „język nadaje myślom kształt [i] jest przewodnikiem w umysłowej działalności człowieka” (cyt. za WIERZBICKA, 1991: 9). Ukoronowaniem analiz i spostrzeżeń obu badaczy stała się, znana do dziś, lecz w przeszłości wzbudzająca kontrowersje, hipoteza Sapira-Whorfa, którą Janusz Anusiewicz parafrazuje następująco:

Nie tylko typ języka zależy od typu kultury, której jest wykładnikiem i wyrazicielem i w obrębie, której powstał, ale również: typ kultury jest uwarunkowany typem języka, w obrębie którego (w którym) ona powstała, rozwinęła się i funkcjonowała.

ANUSIEWICZ, 1994: 19–20

Tym krótkim wprowadzeniem, w którym zostały zaprezentowane kluczowe koncepcje, chciałam zwrócić uwagę na fascynującą proveniencję JOŚ. Wszystkie te idee tworzą swoistą sieć wielonurtowych refleksji, które stawały się inspiracją do powstania kategorii JOŚ. W moim przekonaniu, kategoria językowego obrazu świata ciągle stwarza nowe możliwości badawcze, co więcej – daje instrumenty do badania nowych obszarów.

Przechodząc do konceptualizacji JOŚ w polskich badaniach lingwistycznych, należy zauważyć, że pierwsze prace poświęcone problematyce tego zagadnienia pojawiły się dopiero z końcem lat osiemdziesiątych i na początku dziewięćdziesiątych (BARTMIŃSKI, TOKARSKI, 1986, 1990; ANUSIEWICZ, 1994; MAĆKIEWICZ, 1990; PEISERT, 1991). Każdy z badaczy postrzegał JOŚ inaczej: Jerzy Bartmiński i Ryszard Tokarski – jako zespół sądów utrwalonych w ję-

zyku, Jolanta Maćkiewicz uważała, że jest to część obrazu świata mieszcząca się w języku, Janusz Anusiewicz twierdził, że JOŚ jest centralną kategorią lingwistyki kulturowej, Renata Grzegorzczkowska zaś, że system językowy stanowi swoistą interpretację świata, z kolei Walery Pisarek, że jest to obraz odbity w języku. Marian Bugajski i Anna Wojciechowska zauważają również, że rozważania dotyczące JOŚ są wyłącznie teoretyczne, co uzasadniają następująco: „Wynika to zapewne z nieostrości samego pojęcia oraz ze skomplikowanych zależności między językowymi a niejęzycznymi składnikami kultury” (BUGAJSKI, WOJCIECHOWSKA, 2000: 153).

Badacze zauważają ponadto, że analiza JOŚ wymaga wyjścia poza język i uwzględnienia wielu czynników zewnętrznych, dlatego badając JOŚ, poruszamy się w obszarze językoznawstwa otwartego, które postulował Antoni Furdal (cyt. za BUGAJSKI, WOJCIECHOWSKA, 2000: 153), a nawet językoznawstwa bez granic, które proponują Bugajski i Wojciechowska. Jest to niezwykle ważna kwestia, ponieważ wyznaczanie zakresu badań językoznawczych i określanie, co językoznawca eksplorować może, a czego nie, polaryzuje środowisko językoznawców. Przyjęcie postulatu o językoznawstwie otwartym uważam za konieczne w badaniach zarówno JOŚ, DOŚ, MOŚ, jak i dyskursu, gdyż te kategorie wymagają analizowania również czynników pozajęzykowych, które na język w różny sposób wpływają. Oczywiście mam świadomość niebezpieczeństwa, które wynika z poszerzania zakresu badań językoznawczych, ponieważ pojawia się silna obawa braku kompetencji językoznawcy do penetrowania obszarów pozajęzykowych. Jednak nowoczesne analizy języka wymagają od współczesnego badacza zdecydowanie szerszego spojrzenia.

To szersze spojrzenie na język postulują właśnie badacze JOŚ, ponieważ większość z nich zwraca uwagę, że JOŚ składa się z elementów pozajęzykowych, które w różnym stopniu wkraczają w strukturę języka. Anusiewicz określa je tak:

JOŚ stanowi podsumowanie i zestawienie codziennych doświadczeń i przyjętych tużdyż zaakceptowanych przez daną wspólnotę komunikatywną norm, wartości, sposobów wartościowania oraz wyobrażeń i nastawień wobec tej rzeczywistości i to zarówno materialnej – substancjalnej – zewnętrznej; jak i duchowej – psychicznej – świadomościowej – wewnętrznej.

ANUSIEWICZ, 1994: 24–25

Przy JOŚ kwestią sporną jest kultura, jej definiowanie i klasyfikacja oraz relacja: język a kultura. Janusz Anusiewicz, Anna Dąbrowska, Michael Fleischer szeroko opisali problem kultury w kontekście JOŚ oraz opracowali kulturowy obraz świata. Po zapoznaniu się z różnymi studiami na ten temat, m.in. Anusiewicza (1994), Bartmińskiego (2009) czy Gerda Antosa (2009), przyjmuję, że kultura jest niezaprzeczalnie powiązana z językiem.

Wspomniany wcześniej Jerzy Bartmiński, przedstawiciel etnolingwistycznej szkoły lubelskiej, która w toku długoletnich badań wykazała silne sprzężenie między językiem a kulturą, definiuje JOŚ następująco:

JOŚ jest zawartą w języku interpretacją rzeczywistości dającą się ująć w postaci zespołu sądów o świecie, o ludziach, rzeczach, zdarzeniach. Jest interpretacją, a nie odbiciem, jest subiektywnym portretem, a nie fotografią przedmiotów realnych. Interpretacja ta jest rezultatem subiektywnej percepcji i konceptualizacji rzeczywistości przez mówiących danym językiem, ma więc charakter wyrażnie podmiotowy, antropocentryczny, ale zarazem jest intersubiektywna w tym sensie, że podlega uspołecznieniu i staje się czymś, co łączy ludzi w danym kręgu społecznym, czyni z nich wspólnotę myśli, uczuć i wartości; czymś, co wtórnie wpływa (z jaką siłą – to już jest przedmiotem sporu) na postrzeganie i rozumienie sytuacji społecznej przez członków wspólnoty.

BARTMIŃSKI, 2010: 158

Jednak, żeby wyjść w tych rozważaniach poza tę płaszczyznę *sensu stricto* teoretyczną, należy określić, jakie instrumenty wchodzi w skład JOŚ i jak je wykorzystać w analizie interesującego mnie obiektu badawczego. Zestaw narzędzi opracowali Anusiewicz, Dąbrowska, Fleischer, nazywając je językowymi wyznacznikami obrazu świata, zaliczyli do nich:

Strukturę gramatyczną języka (fleksja, rodzaj gramatyczny rzeczowników, słowotwórstwo, wyjątki gramatyczne), słownictwo, frazeologię, składnię i strukturę tekstu, etymologię, stylistykę językoznawczą (stylizacje), onomastykę oraz etykietę językową.

ANUSIEWICZ, DĄBROWSKA, FLEISCHER, 2000: 31

Badacze precyzyjnie wyłonili wiele elementów, które należy zbadać czy też wziąć pod uwagę, określając JOŚ. Dzięki temu precyzyjnie zostały wyłonięte parametry do pracy badawczej. Analizując dyskurs, poruszamy się w obrębie materii tekstowej, zatem wykorzystując powyższe instrumenty analityczne, można zbudować JOŚ danego dyskursu. Dziś jednak badacze idą jeszcze dalej i proponują kategorię DOŚ, czyli jak podaje Waldemar Czachur:

Dyskursywny obraz świata (DOŚ), podobnie jak językowy obraz świata według Bartmińskiego, to dyskursywnie wyprofilowana interpretacja rzeczywistości, dająca się ująć w postaci zespołu sądów o świecie, o ludziach, rzeczach i zdarzeniach. Podkreślić należy, że DOŚ – jako reprezentacja wiedzy – jest językowo konstruowany, negocjowany na bazie argumentów emocjonalnych lub racjonalnych oraz medialnie dystrybuowanych.

CZACHUR, 2011: 87

Czachur, korzystając z dorobku lubelskiej szkoły etnolingwistycznej, amerykańskiego kognitywizmu i niemieckiej lingwistyki dyskursu, buduje szkic dotyczący DOŚ. Warto zaznaczyć, że jest to jedyna praca polskiego badacza w całości poświęcona tej kategorii. Czachur zauważa, że JOŚ jest interpretacją rzeczywistości, czyli subiektywną konceptualizacją. Ważną kategorią JOŚ jest zatem punkt widzenia, który Bartmiński określa jako czynnik podmiotowo-kulturowy, decydujący o sposobie mówienia o przedmiocie (BARTMIŃSKI, 2004). Punkt widzenia i subiektywizacja postrzegania świata rzuca mocne światło na podmiot mówiący. Tu Czachur dostrzega, że to właśnie w dyskursach uczestniczą różne podmioty reprezentujące odmienne punkty widzenia. Badacz pokazuje przy tym, że swoistym katalizatorem, pomagającym objąć złożoną rzeczywistość, są media, które silnie kształtują opinię publiczną, czyli narzucają swój punkt widzenia innym podmiotom. Jak podkreślałam w pierwszej części tego rozdziału, badacz dyskursu analizuje teksty wytworzone/wyselekcjonowane/zinterpretowane przez media, które są podmiotem zbiorowym/institutionalnym, na co wskazuje również Czachur. Ponadto przy analizie dyskursów medialnych należy wyróżnić podmioty pierwszego (media) i drugiego stopnia (reprezentanci elit politycznych i symbolicznych, którzy mają dostęp do pomiotów pierwszego stopnia). Widoczna jest zatem zależność między nimi, co narzuca myślenie o kwestii władzy w dyskursie. Podmioty mogą wyrazić tyle, ile pozwalają im na to reguły danej kultury:

Kultura stanowi przestrzeń możliwości i ograniczeń dla powstawania i realizacji dyskursów. Uznać można dalej, iż dyskursy są pośrednikami pomiędzy tym, co językowe i tym, co społeczne, kulturowe, iż to one profilują i stabilizują z jednej strony kulturę (kultury) danej społeczności, a z drugiej strony jej konstytuowaną przez język wiedzę.

CZACHUR, 2011: 87

W dużym skrócie przedstawiłam najważniejsze ustalenia i zależności, wedle których Czachur zbudował koncepcję DOŚ, która, jak sam autor zauważa, może być alternatywą dla JOŚ jako kategoria analityczna.

Czachur w dalszej części wskazuje instrumenty, według których należy analizować DOŚ. Zalicza do nich: słowa sztandarowe; symbole kolektywne, czyli znaki posiadające silnie wykształcone negatywne lub pozytywne nacechowanie; analizę profili/punktów widzenia; analizę ramy interpretacyjnej. Ostatni element wymaga komentarza. Badacz rozumie ramę interpretacyjną jako „pewien spójny schemat wiedzy powstałej jako zbiór podobnych doświadczeń jednostek w społeczeństwie” (CZACHUR, 2011: 90–91). Myślę, że można tę perspektywę analizy rozszerzyć i wzbogacić o dwa terminy. Pierwsze, wywodzące się ze starożytności, literaturoznawcze pojęcie – *miejsce wspólne* (*loci communes*). Drugie, proponowane przez socjolingwistów, *wiedza wspólna* (*common knowledge*). Przez

to drugie pojęcie rozumiemy wiedzę, którą dysponuje każdy w społeczeństwie, do tej wiedzy odwołuje się nadawca, konstruując swój tekst. To, że odbiorcy dysponują wiedzą wspólną, autor tekstu zakłada *a priori*. Dopiero te trzy instrumenty razem pozwalają na pełną analizę. Piszac o wiedzy wspólnej, należy również przywołać, słuszne w moim przekonaniu, stanowisko Teuna van Dijka, który postuluje istnienie w danej społeczności *wspólnej wiedzy kulturowej*, czyli kulturowej podstawy, na której poszczególne społeczności budują swoje sądy i przekonania (VAN DIJK, 2003: 9).

Kolejnymi narzędziami zaproponowanymi przez Czachura są: metafory; analiza wątków (wiązek) dyskursu, argumentacji i toposów. Przytoczone dotychczas elementy pozwalają analizować jedną płaszczyznę DOŚ, tę dotyczącą strategii komunikacyjnych stosowanych przez podmioty. Do drugiej płaszczyzny Autor szkicu o DOŚ zalicza aktorów dyskursu. Z podmiotami dyskursu łączy się, zdaniem Czachura, analiza strategii komunikatywnych/komunikacyjnych oraz strategii nazewniczych/nominacyjnych. Do tych strategii Autor za Ireną Kamińską-Szmaj zalicza: upraszczanie, generalizowanie, wartościowanie, emocjonalizację opartą na my – oni, autoprezentację i deprecjację przeciwnika politycznego oraz stereotypy. Tu znowu warto rozwinąć kwestię autoprezentacji, której Autor szkicu nie omawia. Wśród przytoczonych strategii pojawia się autoprezentacja, czyli w potocznym rozumieniu – pozytywne przedstawienie siebie. Jest to oczywiście słuszne, lecz uproszczone myślenie. Uważam, że należy pogłębić to zagadnienie z dwóch powodów. Po pierwsze dlatego, że autoprezentacja jest współcześnie istotnym elementem komunikacji, szczególnie tej zinstytucjonalizowanej. Po drugie zaś to zagadnienie będzie stanowiło ważny element analizy DOŚ i MOŚ w kontekście dyskursu publicznego.

Grażyna Królik definiuje autoprezentację w następujący sposób:

Autoprezentacja jest to umiejętność zarządzania wrażeniami, czyli proces kontrolowania sposobu, w jaki widzą nas inni ludzie. [...] w rzeczywistości autoprezentacja stanowi podstawowy i nieunikniony aspekt codziennych kontaktów społecznych.

KRÓLIK, 2012: 9

Z autoprezentacją ściśle związane jest pojęcie *wizerunku*. Ewa Hope podaje, że na wizerunek wpływają trzy czynniki: „emocje, reputacja, uznanie” (HOPE, 2004: 12). Badaczka zwraca również uwagę na to, że często „nasz obraz w oczach innych”, czyli wizerunek, budujemy bezwiednie. Czasami jednak świadomie i z premedytacją kreujemy siebie tak, aby osiągnąć zamierzony cel. Z tych dwóch przytoczonych charakterystyk tego zagadnienia wynika, że z autoprezentacją zetkniemy się w każdej analizie uczestników dyskursu. Zaryzykuję również stwierdzenie, że przy nasilającym się procesie profesjonalizacji komunikowania częściej będzie to wizerunek zamierzony, zaplanowany, świadomy, czyli

mocno zorientowany na cel. Ponadto autoprezentacja jednostki reprezentującej instytucję będzie stanowiła element szerszej strategii wizerunkowej firmy/instytucji. Zatem należy zastanowić się, jakimi instrumentami badać autoprezentację uczestnika dyskursu. Należy do nich zaliczyć wszystkie parametry werbalne, które zostały opisane w charakterystyce JOŚ i DOŚ oraz przytoczone w tej pracy. Dodać do nich trzeba elementy niewerbalne, czyli semantykę gestów, mimiki, ubioru, płaszczyzny w niewerbalnej strukturze dialogu: interpersonalną, interakcyjną, modalną, ideacyjną (por. ZAŁAZIŃSKA, 2006: 113–202), kody pozawerbalne (proksemikę, haptkę, chronemikę) oraz techniki autoprezentacji.

Te ostatnie zostały opracowane przez Bogdana Wojciszkę. Są to następujące narzędzia:

- Ingracjacja, czyli wywieranie wrażenia poprzez wkradanie się w łaski rozmówcy.
- Onieśmienie (zastraszenie), czyli osiąganie celu przez rozbudzenie w rozmówcy strachu czy niepewności.
- Egzemplifikacja, jest to technika polegająca na dawaniu naszemu rozmówcy dobrego przykładu własnym postępowaniem (tzw. „świecenie przykładem”).
- Suplikacje, przyjmowanie postawy błagalnej, bezradnej w celu uzyskania korzyści.
- Autopromocja jest to taktyka polegająca na prezentowaniu wizerunku osoby kompetentnej.

WOJCISZKE, 2002: 165–174

Kolejnym ważnym instrumentem wskazanym przez Czachura potrzebnym do analizy strategii komunikacyjnych będzie analiza aktów mowy (o tym szerzej przy MOŚ) i ich funkcji oraz analiza gatunków tekstu.

Autor konkluduje, że DOŚ jest zarówno JOŚ, ponieważ istotnym jego budulcem jest język, jak i MOŚ, ponieważ jego językowe konstruowanie, reinterpretowanie oraz przekazywanie odbywa się za pomocą mediów. Zatem można stwierdzić, że JOŚ i MOŚ zawierają się w szerszej kategorii, którą stanowi DOŚ.

Przechodząc do ostatniego elementu zapowiedzianego w tej części pracy, czyli do MOŚ, należy wspomnieć, że kategoria ta wyrosła na gruncie koncepcji JOŚ, języka mediów/mediolingwistyki oraz medioznawstwa.

Bogusław Skowronek podkreśla w swojej książce *Mediolingwistyka. Wprowadzenie*, że „znakiem współczesnej kultury jest wszechobecność mediów”, autor przywołuje również słowa Mirosława Filiciaka i Grzegorza Ptaszka, z których wybrzmiewa teza o tym, że „dziś wszyscy jesteśmy ludźmi zakorzenionym w mediach” (SKOWRONEK, 2013: 47). Te postulaty, które wybrzmiewają również w innych pracach medioznawczych, przyjmuję za aksjomat trafnie charakteryzujący współczesność i czynię z nich punkt wyjścia do rozważań o MOŚ.

Media otaczają nas. Nasze codzienne życie jest w pełni nasycone przez radio, telewizję, gazety, książki, Internet, filmy, muzykę, magazyny itd. W XXI wieku możemy poruszać się po rozległym środowisku mediów masowych, co jest zjawiskiem zupełnie bezprecedensowym w ludzkiej historii. Nasza intymna zażyłość z mediami często sprawia, iż uważamy je za coś zupełnie oczywistego. Są jak powietrze, którym oddychamy, zawsze obecne.

CROTEAU, HOYNES, 2003: 3

W świetle nasilającej się mediatyzacji wielu obszarów działalności człowieka MOŚ staje się, z jednej strony ważnym narzędziem, niezbędnym do analizy, z drugiej zaś niezwykle atrakcyjnym przez wzgląd na obiekt eksploracji, czyli media.

Na początku tych rozważań należy uporządkować terminologię. Paweł Nowak i Ryszard Tokarski konsekwentnie posługują się w swoim artykule terminem *medialna wizja świata* (a nie *medialny obraz świata*) przez wzgląd na wpisany w tę kategorię podmiotowo-kulturowy punkt widzenia. Badacze powołują się na ustalenia Bartmińskiego, który w swoich pracach proponuje rozróżnienie dwóch wariantów JOŚ: podmiotowy, który określa *wizję świata* i przedmiotowy, czyli *obraz świata* (BARTMIŃSKI, 2004: 103). Nie można badaczom zarzucić błędu w stosowaniu terminu *wizja świata*, ponieważ w mediach występuje podmiot jednostkowy ze zindywidualizowanymi cechami, jednak jest to podmiot *quasi*-indywidualny (o tym szerzej później), za którym stoi nadawca zbiorowy, a podmiot ów realizuje taktykę publicznego dostępu. Z uwagi na instytucjonalny charakter mediów i złożoną konstrukcję instancji nadawczej przyjmuję w tej pracy termin *medialny obraz świata*.

Nowak i Tokarski piszą, iż świat przedstawiony w mediach jest światem szczególnym, ponieważ jest to subiektywny świat dziennikarzy/twórców. Ta subiektywizacja objawia się w doborze, eksponowaniu i prezentowaniu zdarzeń/treści. Z drugiej zaś w skrajnie odmiennym interpretowaniu i wartościowaniu jednego wydarzenia przez różne redakcje. Te zabiegi badacze zaliczają do działań kreatywnych, które mają prowadzić do realizacji celów perswazyjnych, czyli kształtowania postaw i nakłaniania odbiorcy (NOWAK, TOKARSKI, 2007: 9). Wobec tych ustaleń oraz przez wzgląd na dominację funkcji perswazyjnej (impresywnej, konatywnej) w mediach elementem, który należy wziąć pod uwagę, rekonstruując medialny obraz świata (MOŚ), będzie perswazja. Mając świadomość tego, że perswazja jest rozmaicie definiowana oraz często utożsamiana z manipulacją, należy termin ten pokrótce omówić. Według Iwony Loewe:

Perswazyjność oznacza dla tekstu jego szczególne zorientowanie na odbiorcę i akcentowanie jego wagi dla powstającego komunikatu językowego: to takie oddziaływanie tekstu na odbiorcę, które kształtuje jego emocje, wolę i postawy racjonalne najczęściej nie drogą bezpośredniego apelu, ale w sposób pośredni za pomocą argumentów, ocen, sugestii i interpretacji.

LOEWE, 2012: 169

Jacek Warchała wskazuje różnice między manipulacją a perswazją, zaznaczając jednak, że granice obu tych kategorii są nieostre. Rozbieżności między nimi wskazał, budując opozycje. Zatem perswazja w przeciwieństwie do manipulacji ma naturę językową, zakłada jawność sądów (jest jawnym kontraktem), dąży do nietrywialności sądów, czyli wymaga od odbiorcy kreatywnego podejścia do tekstu oraz nie jest jednokierunkowa, gdyż jest spotkaniem dwóch równorzędnie aktywnych podmiotów. Podczas gdy manipulacja jest komunikacją strategiczną o niejawnym celach, zakłada trywialność sądów i ma naturę psychologiczną (WARCHAŁA, 2004: 41–60). Stanisław Barańczak już dawno zaproponował pewien porządek, opracowując cztery mechanizmy perswazji:

1. Mechanizm emocjonalizacji odbioru, czyli spełnienie warunku bezrefleksyjnej percepcji;
2. Mechanizm wspólnoty świata i wspólnoty języka, czyli spełnienie warunku pełnego porozumienia;
3. Mechanizm symplifikacji rozkładu wartości, czyli łatwej orientacji aksjologicznej (opozycja my – oni);
4. Mechanizm odbioru bezalternatywnego, czyli spełnienie warunku zwolnienia od decyzji.

BARAŃCZAK, 1975: 51–54

Zatem przyjmując za Warchalą stanowisko, że perswazję odnajdujemy prymarnie w warstwie językowej tekstu, należy do analizy włączyć również elementy werbalne. Jerzy Bralczyk w książce *Język na sprzedaż* pisze:

Tekst składa się ze zdań, zdania ze słów. Zdań nie wybieramy, tworzymy je. Wybieramy struktury składniowe i słowa. Zazwyczaj czynimy to spontanicznie. W komunikacie reklamowym robi się to pieczołowicie.

BRALCZYK, 2004: 60

Przez wzgląd na to, że perswazja współcześnie nie jest domeną wyłącznie reklamy i języka propagandy, na co również wskazuje Warchała (WARCHAŁA, 2004: 41–60), należy założyć, że w tekstach medialnych słowa dobierane są intencjonalnie. Bralczyk proponuje zbadać dobór słownictwa, skupiając się na nacechowaniu lub neutralności, gdyż zdaniem Autora wyraz działa jak sygnał/bodziec, który uruchamia reakcję. Ponadto warto zwrócić uwagę na neologizmy, frazeologizmy oraz części mowy i na szyk oraz typ zdań. Na kwestii języka w MOŚ skupia się również Skowronek, który podkreśla rozprzestrzenianie się w mediach wielu trendów językowych, ujawniających się szczególnie w określonej leksyce takiej jak terminy fachowe, socjolekty młodzieżowe czy też formy grzecznościowe lub adresatywne (SKOWRONEK, 2013: 63). Dziś mając jednak na uwadze głosy badaczy dotyczące zwrotu ikonicznego czy wizualnego (por. ZEIDLER-JANISZEWSKA, 2006) oraz multisemiotyczność mediów, należy

na płaszczyznę werbalną spojrzeć szerzej. Mirosław Korolko zwraca uwagę, że stosowanie perswazji wymaga od nadawcy syntezy intelektualnych, moralnych i emocjonalnych elementów mowy skierowanych do rozumu, woli i uczuć adresata (KOROLKO, 1998: 32). Zatem, żeby komunikat w telewizji oddziałował na tych trzech poziomach, należy stworzyć spójny obraz za pomocą, np. dowcipu, uśmiechu, miłej twarzy, sympatycznej muzyki w tle, ciekawych argumentów (zob. DOLIŃSKI, 1998: 124). Kod werbalny zostaje obecnie silnie sprzęgnięty z innymi kodami i razem dopiero tworzą pełny komunikat oddziałujący na różne zmysły i dekodowany analogicznie. Píše o tym również Marek Tokarz:

Sam komunikat, jak i kontekst jego nadania działają na nas za pośrednictwem zmysłów: słowa wypowiedziane słyszymy, słowa napisane widzimy, widzimy też, gdzie jesteśmy, z kim rozmawiamy i tym podobne.

Tokarz, 2006: 18

Wymaga więc doprecyzowania postulat Warchali czyniący język jednym z wyznaczników perswazji, który rozumieć należy jako połączenie kodu werbalnego z niewerbalnym. Tak też należy traktować telewizję, gdzie *verbum* zostaje wsparte obrazem i dźwiękiem. W przeciwieństwie do manipulacji, która zdaniem badacza ma naturę psychologiczną, przez co rozumiem stosowanie socjotechnik i działań podprogowych, które są niejawne.

W użyciu MOŚ pomocna również będzie analiza pozostałych funkcji językowych, w których klasyfikacji za podstawę przyjmuję model Romana Jakobsona wzbogacony przez Grzegorzczukową (GRZEGORCZYKOWA, 1991: 21–27). Szczególnie interesujące w tym kontekście będą funkcje wypowiedzi: *informatywna/informacyjna, ekspresywna, kreatywna, fatyczna, ludyczna, prezentatywna*. Pominę zatem te przypisywane językowi rozumianemu jako system oraz te powiązane z działaniami językowymi wspólnoty komunikatywnej. Spośród wymienionych funkcji warto zwrócić szczególną uwagę na jedną z nich – fatyczną. Skowronek zauważa, że dzisiaj widoczną intencją i często najważniejszą w komunikacji medialnej jest tworzenie fatyczności, czyli „bycie słuchanym, oglądanym, czytany” (SKOWRONEK, 2013: 72). W dwóch pierwszych pragnieniach podmiotów komunikacji („bycia słuchanym i oglądanym”) istotną rolę będzie odgrywać autoprezentacja. Na rosnący udział funkcji fatycznej w komunikacji medialnej wskazuje również Katarzyna Sitkowska (SITKOWSKA, 2013: 20).

Kolejnym instrumentem analitycznym będą wskazane przez Nowaka i Tokarskiego akty mowy, a szczególnie deklaratywne akty mowy, definiowane jako te, których celem jest wywołanie określonych zmian w rzeczywistości pozajęzykowej (por. AUSTIN, 1993; SEARLE, 1987). Badacze proponują również wprowadzenie nowego typu deklaratywności, którą kreują media – deklaratywów medialnych.

Innym instrumentem przytoczonym przez lubelskich badaczy jest sytuacja komunikacyjna, na którą składać się będą styl i gatunek wypowiedzi. W programach śniadaniowych, publicystycznych i rozrywkowych daje się zauważyć dążenie do zniesienia dystansu między nadawcą a odbiorcą, do wykreowania poczucia równorzędności komunikowania oraz poczucia familiarności. Aby znieść bariery nadawczo-odbiorcze, stosuje się nagminnie styl potoczny, czego konsekwencją jest niedbałość językowa, liczne błędy i wulgaryzmy oraz tworzenie sztucznych relacji zażyłości z każdym rozmówcą. Na tę ostatnią kwestię zwraca uwagę Barbara Boniecka, pisząc:

Prowadzący różne audycje zachowują się bezceremonialnie, zuchwale i tak się też wypowiadają. Zadają obcym osobom pytania zbyt prywatne i osobiste, wnikają w sprawy zanadto głęboko, używają przy tym języka nacechowanego, ekspresywnego.

BONIECKA, 2012: 139

Problem tworzenia pozorów równości nadawczo-odbiorczej oraz porzucenia przez dziennikarzy oficjalnej płaszczyzny komunikacji na rzecz płaszczyzny wyłącznie towarzyskiej podkreślają również Nowak i Tokarski (NOWAK, TOKARSKI, 2007: 22).

Do instrumentów analitycznych w MOŚ należy włączyć także te dotyczące podmiotów komunikacji, które zostały zaproponowane przez Czachura do budowania DOŚ oraz te zaproponowane przez Anusiewicza, Dąbrowską i Fleischera do konstruowania JOŚ. Połączenie tych elementów pozwoli zbudować pełny, wielowymiarowy MOŚ.

Telewizja

– specyfika medium



1. Dyskurs telewizyjny

Jak już zostało wskazane na początku rozprawy, dyskurs jest kategorią szeroko opisywaną. Jednak w Polsce na temat dyskursu telewizyjnego powstało niewiele prac. Zagadnienia związane z telewizją interesują badaczy wielu dyscyplin naukowych: medioznawców, politologów, socjologów, psychologów, kulturoznawców, prawników, teologów czy filozofów. Mimo to na gruncie lingwistycznym o telewizji napisano mniej niż o innych mediach. Dowodzi tego Katarzyna Sitkowska, pokazując ilościowy udział artykułów poświęconych poszczególnym mediom w wybranych publikacjach zbiorowych do 2010 roku (SITKOWSKA, 2013: 23). Warto uzupełnić stan badań opracowany przez Sitkowską o publikacje najnowsze, czyli te po 2010 roku, do których zaliczyć należy studia Wioletty Kochmańskiej (2012), Iwony Loewe (2011; 2012a, b, c; 2013a, b; 2014), Katarzyny Sitkowskiej (2013), Bogusława Skowronka (2013, 2014) oraz Ewy Szkudlarek-Śmiechowicz (2011). Są to prace, które nie tylko opisują zjawiska współczesnej telewizji – neotelewizji, która biesiaduje razem ze swym widzem (LOEWE, 2013a), ale także rejestrują zmiany, które nastąpiły od lat osiemnastych XX wieku, kiedy to rozwijały się pierwsze badania dotyczące języka w telewizji¹. Najważniejszą publikacją, w perspektywie dyskursu telewizyjnego, będzie ta w całości traktująca o dyskursie telewizyjnym właśnie autorstwa Iwony Loewe (LOEWE, 2013a).

Dyskurs telewizyjny mieści się w obrębie dyskursu medialnego, który charakteryzuje się dynamiką przemian, ekspansywnością oraz wewnętrznym różnicowaniem. Rozważania dotyczące telewizji, jak zauważają badacze tego zagadnienia, są trudne przez wzgląd na rozmyty przedmiot, gdyż mówiąc o telewizji, można myśleć o różnych jej aspektach (GODZIC, 2010; SKOWRONEK, 2013). Zatem analizę dyskursu telewizyjnego, ze względu na wielość możliwości ujęcia tego zagadnienia, warto rozpocząć od określenia obszaru badań. W tej pracy telewizja będzie traktowana przede wszystkim jako „środek przekazu inicjujący

¹ Tu należy wymienić prace Zofii Kurzowej (1985; 1989; 1991), Władysława Lubasia (1981), Walerego Pisarka (1988), Aleksandra Kumora, Danuty Palczewskiej (1982) oraz Aldony Furgalskiej, Renardy Lebdy, Stanisława Urbana (1982).

odpowiednie procesy komunikacji” oraz jako „konceptualizator» rzeczywistości, oferujący medialne obrazy świata” (SKOWRONEK, 2013: 217). Zatem interesującymi elementami w tym dyskursie będą: podmioty, medium, styl, tekst oraz język.

Istotną konstatacją jest to, że każdy dyskurs ma charakter instytucjonalny (WIŁOSZ, 2009b), co przekłada się na relacje nadawczo-odbiorcze. Dyskurs jest zinstytucjonalizowanym społecznie typem praktyk o specyficznych kulturowo regułach i uwarunkowaniach (NYCZ, 2002: 41). Z jednej strony widoczna jest złożoność i hierarchiczność instancji nadawczych, co zostaje narzucone przez instytucjonalny charakter medium. Z drugiej zaś jest osobowy odbiorca. W tym typie dyskursu zbiegać się i oddziaływać na siebie zatem będą trzy eksponenty: nadawca, odbiorca i medium.

Z instytucjonalności telewizji wynika jej podatność na wpływy polityczno-ideologiczne (por. GOBAN-KLAS, 1978; MIKUŁOWSKI-POMORSKI, 2008; ONISZCZUK, 2011; MICHALCZYK, 2013) oraz podporządkowanie się regulacjom wynikającym z różnych aktów prawnych (por. JAKUBOWICZ, 1989; MROZOWSKI, 1989). Przez wzgląd na założenia tej pracy oraz jej językoznawczy charakter zagadnienia te nie będą szczegółowo analizowane.

Nadawca w komunikowaniu masowym² jest kategorią niezwykle złożoną i niejednoznaczną.

[...] określenie, kto jest nadawcą (komunikatorem) w procesie komunikowania masowego wcale nie jest łatwe. Pojęcie nadawcy jest bowiem wieloznaczne, raz oznacza twórcę treści przekazu, innym razem środek komunikowania [...]. Coraz częściej sam przekaz jest wytworem zbiorowym, co dodatkowo komplikuje określenie rzeczywistego nadawcy przekazu.

GOBAN-KLAS, 1978: 187–188

W badaniach medioznawczych istnieją różne modele systematyzujące nadawcę masowego. Tomasz Goban-Klas na przykład proponuje trzystopniowy podział na: nadawcę najwyższego szczebla, nadawcę bezpośredniego i dziennikarzy (GOBAN-KLAS, 1978: 118–119). Z kolei Karol Jakubowicz dzieli źródło przekazów masowych na: strategiczne na szczeblu nadawcy pośredniego oraz taktyczne i operacyjne na poziomie nadawcy bezpośredniego (JAKUBOWICZ, 1979: 22–23).

² Termin *komunikowanie masowe*, przez wzgląd na liczne opracowania teoretyczne, nie będzie tu całościowo opisany. Uwaga będzie skupiona jedynie na wybranych elementach z tego obszaru. Wykorzystane będą następujące opracowania: DOBEK-OSTROWSKA, 1999; FISKE, 2003; GOBAN-KLAS, 1979; 2004.

1.1. Nadawca

Na potrzeby dalszych analiz warto dokonać uszczegółowienia typologii nadawcy w dyskursie telewizyjnym. Instytucjonalność nie wyklucza istnienia **nadawcy jednostkowego**, którym będzie np. prowadzący program określany też: gospodarzem programu, twarzą programu, frontmanem. Jednak w rzeczywistości za jednostką stoi przecież polityka, misja oraz linia programowa i inni pracownicy danej stacji telewizyjnej, co sugeruje nadawcę instytucjonalnego i zbiorowego. Bożena Witosz zauważa, że podmiot instytucjonalny może być obecny w wypowiedzi w sposób jawny bądź ukryty (WITOSZ, 2009a: 117). Ponadto ten nadawca „występuje często nie tylko w funkcji nadawczej [...], ale też odbiorczej: będąc odbiorcą dialogu w sytuacji studyjnej, pozostaje nadawcą dla widza” (LOEWE, 2013a: 289).

W przypadku wypowiedzi jednego dziennikarza danej stacji telewizyjnej instytucjonalność może przejawiać się w doborze przedstawianych treści, kolejności ich prezentowania (agenda), opiniach, ocenach, komentarzach, doborze tematu i zaproszonych gości, relacjach z nimi oraz w samym tekście, który mógł zostać wcześniej przygotowany przez inną osobę, a jedynie wygłoszony przez prowadzącego. Kiedy gospodarz programu prezentuje tekst, którego nie jest autorem – staje się **nadawcą wtórnym** (pośrednim). Toteż w dyskursie telewizyjnym będzie występował zarówno nadawca pierwotny, jak i wtórny. Natomiast jednostkę będą charakteryzowały cechy spersonalizowane takie, jak indywidualny styl, sposób mówienia (tu szczególnie cechy suprasegmentalne), struktury pozawerbalne (gesty, elementy wyglądu), emocje i ich ekspresja. Warto zaznaczyć, niejako na marginesie, że te ostatnie stanowią niezwykle ciekawy obszar psychologicznych analiz, zdaniem Paula Ekmana nie można całkowicie ukryć prawdziwych emocji i uczuć, gdyż próby maskowania ich i tak są widoczne w mikroekspresjach lub mikrogestach, co z kolei określane jest mianem „przebiegów” ukrywanych emocji (por. EKMAN, 2013).

Pisząc o cechach indywidualnych nadawcy medialnego, może pojawić się wątpliwość, czy w ogóle istnieje możliwość wydzielenia takich elementów. Każdy dziennikarz, czyli podmiot *quasi-indywidualny*, który staje przed kamerą, odgrywa rolę w „spektaklu medialnym”, a jego zachowanie jest determinowane np. przez medium, za pośrednictwem którego się komunikuje (GOFFMAN, 1981). Ponadto socjolingwiści wskazują również na role językowe, które podkreślają sztuczność komunikacji (GRABIAS, 1994). Przyjmując nawet *status quo*, że podmiot instytucjonalny zawsze wchodzi w rolę, to każdy realizuje ją inaczej i w charakterystyczny dla siebie sposób, co stanowi sygnał indywidualnych cech jednostki. Weryfikacji nie podlega prawdziwość czy fałszywość tych zachowań, ponieważ przyjmuję, że będzie to kreacja podmiotu podlegającego regułom dyskursu telewizyjnego. Dziennikarz, który jest twarzą programu, a tym samym danej stacji telewizyjnej, będzie konsekwentny w realizowaniu swojej zindywi-

dualizowanej roli, z jednej strony po to, żeby się wyróżnić na tle innych, gdyż media należą do tych obszarów działalności, w których obowiązuje zasada amerykańskiego znawcy marketingu Jacka Trouta „Wyróżnij się albo zgin”³, z drugiej zaś po to, żeby przyciągnąć odbiorcę. Zaufanie do instytucji jaką jest telewizja, odbiorca buduje przecież na podstawie konkretnych osób, w tym wypadku dziennikarzy (zob. GÓRNIAK, 2013).

Z psychologicznego punktu widzenia zaufanie może być tylko interpersonalne i zawsze jest wyrazem uznania wartości drugiego człowieka jako autonomicznej osoby, która z założenia ma możliwość świadomego wpływania na jakość relacji tworzonych z innymi.

GÓRNIAK, 2013: 108

Widz może przecież oglądać program ze względu na konkretnego prowadzącego, ponieważ go ceni, za coś go polubił albo czymś mu imponuje itp.

Widz tylko wtedy zechce na dłużej „zawiesić oko” na tym, co pokazuje nadawca, jeśli na ekranie dostrzeże atrakcyjne postacie w interesujących sytuacjach. Za takie uznaje te, które uruchamiają mechanizm identyfikacji-projekcji. Identyfikacja polega na tym, że widz utożsamia się z oglądanymi postaciami i widzi siebie takim, jakim chciałby być, tzn. kimś jak one.

MROZOWSKI, 2010: 29

Zatem nadawca *quasi*-indywidualny jest dla odbiorcy najważniejszy, bowiem widz, oglądając program, skupia się na prowadzącym, a nie na całej grupie anonimowych osób, która w rzeczywistości ten program przygotowała i czuwa nad jego realizacją. Ten aspekt drugoplanowy, mimo że w tworzeniu programu – najistotniejszy, często jest pomijany w płaszczyźnie odbioru, ponieważ uwaga odbiorcy mocno skupia się na przekazie polimodalnym, który oferuje telewizja. Mirosław Filiciak ten mechanizm utrzymywania widzów w przekonaniu, „że to, co widzą na ekranie nie jest wytworem zhierarchizowanej przemysłowej maszyny produkcyjnej, ale dziełem jednostki” określa „polityką autorską”, która ma charakter wizerunkowy i sprawia, że odbiorca odczytuje, np. serial jako dzieło mniej telewizyjne a bardziej literackie czy filmowe (FILICIAK, 2013: 232–233). Stąd można przypuszczać, że widzowie autorstwo programu będą często, niejako automatycznie, przypisywali tylko jego gospodarzom.

Dziennikarz telewizyjny to osoba, która nie tylko odgrywa pewną rolę, ale realizuje również określoną strategię, dzięki której przyciąga widza i buduje z nim długofalową relację. Najczęściej są to osoby jawiące się jako sympatyczne, przyjacielskie i skracające dystans z odbiorcą. Takie zachowanie wpisuje się

³ W oryginale brzmi: „Differentiate or Die”, zob. Jack TROUT, Steve RIVKIN, 2000: *Differentiate or Die: Survival in Our Era of Killer Competition*. Hoboken, New Jersey.

w jedną z reguł wywierania wpływu opisaną przez Roberta Cialdiniego: „ludzie wolą mówić »tak« tym osobom, które lubią i znają” (CIALDINI, 2011: 222). Nie zawsze jednak musi to być tożsame z przewidywanym stereotypem. Kuba Wojewódzki jest przykładem dziennikarza, który poprzez swoje niestereotypowe zachowanie (niegrzeczność, perfidie, przekraczanie tabu, kontrowersyjność wypowiedzianych twierdzeń) zostaje zapamiętany przez widza. I to właśnie te cechy sprawiają, że zyskuje przychylność niektórych odbiorców (zob. ŁAWECKA, 2015). Oczywiście postać prezentera, charakter programu oraz to, w jakim paśmie jest on emitowany, dostosowane jest do projektowanego odbiorcy.

W literaturze dotyczącej języka w telewizji, można znaleźć podział na „nadawców – spikerów” i „nadawców – rozmówców” (KURZOWA, 1985: 12). Ta typologia jest już nieaktualna, ponieważ funkcja spikera zanika we współczesnej telewizji:

Ostatecznie na moment publikacji niniejszego tekstu spiker cechuje jedynie Program I polskiej telewizji, nazywany Jedynką. Tę rolę pełnili na przykład: Paulina Chylewska, Odeta Moro-Figurska, Radek Brzózka, Tomasz Kamel, Iwona Schymalla, Piotr Kraśko, Jolanta Fajkowska, Anna Popek itd.

LOEWE, 2013c: 148

Dziś zatem nie można rozdzielić „nadawcy–spikera” i „nadawcy–rozmówcy”, ponieważ po pierwsze – spiker to funkcja zanikająca, po drugie – większość dziennikarzy wchodzi w rolę rozmówcy. Kolejny podział zaproponowali Władysław Miodunka i Adam Ropa, którzy wyróżnili „nadawców stałych”, czyli pracowników telewizji i „nadawców okazjonalnych”, czyli gości (MIODUNKA, ROPA, 1979: 70). Ta klasyfikacja również się zdezaktualizowała w obliczu zmian zachodzących zarówno w sposobach zatrudnienia (wielu dziennikarzy to freelancerzy⁴), jak i w przepływie dziennikarzy między różnymi stacjami telewizyjnymi i innymi mediami. Jacek Warchała zaproponował z kolei podział nadawców ze względu na ich „stopień przygotowania zawodowego”, który rozumie jako umiejętność dostosowania języka do pełnionej funkcji oraz zdolność przechodzenia od kontaktu indywidualnego do kontaktu ogólnego (WARCHAŁA, 1981: 37–38). Dziś, kiedy telewizja jest „otwarta” na celebrytów, którzy występują nie tylko w charakterze gości, lecz także prowadzących program⁵ trudno jest przyjąć i to kryterium. Choć powyższych typologii nie można już stosować, to są one dowodem na to, jak mocno zmieniła się telewizja na przestrzeni ostatnich trzydziestu lat. Wśród nowszych typologii można wskazać tę zaproponowaną przez

⁴ Tzw. „wolny strzelec”, czyli osoba pracująca bez etatu, realizująca projekty na zlecenie.

⁵ Przykładem może być program prowadzony przez Magdę Gessler – restauratorkę – pt. *Kuchenne rewolucje*, który od 2010 roku jest nieustannie na antenie TVN. Podobnych przykładów jest więcej.

Sitkowską charakteryzującą nadawców ze względu na rodzaj sytuacji komunikacyjnej, którą dzieli na mikro- i makrosytuację (zob. SITKOWSKA, 2013: 40–43).

W dyskursie telewizyjnym można również wskazać, w obrębie podmiotów mówiących, **podmiot empiryczny**, czyli taki, który jest fizycznie obecny w akcie komunikacji i **podmiot tekstowy**, czyli implikowany przez tekst (por. WIROSZ, 2009a). Ponadto nadawcy mogą mieć różny status ontologiczny, ponieważ w dyskursie telewizyjnym pojawia się konglomerat postaci ze świata realnego i postaci fikcyjnych. Współwystępowanie tych dwóch postaci można obserwować już nie tylko w programach animowanych, lecz także w reklamach i materiałach autopromocyjnych nadawcy, np. bohaterem spotu promującego ramówkę TVN jest spersonifikowana niebieska kropka nazywana „Panem Kulką”, która rozmawia z ludźmi (patrz fot. 1).

Fot. 1



Źródło: TVN, 15.08.2014 r.

Agnieszka Ogonowska z kolei zauważa, że status ontologiczny postaci w telewizji przestaje mieć dla odbiorcy znaczenie:

„Widzieć coś” na ekranie telewizora oznacza wprowadzać to w obszar masowej widoczności, poza którym istnieją tylko sfery medialnego niebytu. Istotą voyeurystycznie nacechowanej kamery jest wybór określanych fragmentów rzeczywistości lub kreacja całkowicie nowych jej form, a zatem powoływanie do istnienia pewnej realności poświadczonej przez sam ten obraz i jego trwanie. Status ontologiczny elementów konstytuujących teksty telewizyjne przestaje być istotny. Wszystkie one uczestniczą w kreowaniu medialnego show na tych samych prawach.

OGONOWSKA, 2004: 33–34

Badaczka zauważa, że wyreżyserowana rzeczywistość telewizyjna postrzegana jest przez odbiorcę jak realny obraz tworzony tu i teraz, może to być konsekwencją programów, które mocno naśladują te emitowane na żywo.

Kolejnym typem nadawcy będzie ten, którego można określić mianem **jawnie instytucjonalnego**. Do tej kategorii da się zaliczyć właścicieli bądź zarządcy stacji telewizyjnych, radę programową, zespoły redakcyjne, wydawców poszczególnych programów, dziennikarzy oraz osoby publiczne, które pojawiają się

w telewizji w charakterze gości. Z tym typem nadawcy ściśle związany jest problem ramowania medialnego, o którym pisze Jerzy Mikułowski-Pomorski: „Ramowanie medialne jest procesem kontroli sprawowanej przez media nad medialnymi treściami. Ramowanie określa jak pewne części treści mediów są zorganizowane, aby wywołać pożądane interpretacje” (MIKUŁOWSKI-POMORSKI, 2007: 233). Owo ramowanie medialne przejawiać się będzie m.in. w kolejności przedstawianych informacji, w kodzie chronemicznym (*primetime/daytime*), w kodzie proksemicznym (np. ustawienie gości w studiu) oraz w doborze leksyki, będzie to zatem wyraz wpływu typowego dla kategorii dyskursu medialnego.

W dyskursie telewizyjnym będzie też występował **nadawca prywatny**, czyli osoby niepubliczne, zaproszone do studia lub komunikujący się z danym programem widzowie.

Współcześnie w programach emitowanych na żywo pojawia się typ nadawcy, którego na potrzeby tej pracy określam mianem „ukrytego” obok jawnego (twarz programu). Będzie to osoba, która pełni rolę suflera. W rzeczywistości jest to wydawca/realizator, który wie, widzi, słyszy więcej niż prowadzący, więc podpowiada mu właściwe rozwiązania. Odbiorca go nie widzi, ale coraz częściej wie, że ktoś taki jest, gdyż może to wnioskować z zachowania prowadzącego (kod gestyczny, mowa ciała, czasami słowa rzucone w powietrze, wyrwane z kontekstu), nie widzi jego twarzy, nie słyszy jego głosu, nie zna jego płci, zatem jest to postać zakulisowa, z drugiego planu.

W niektórych programach występuje też nadawca zwielokrotniony, który uobecnia się w zachowaniach gości programów śniadaniowych, które podyktowane są lokowaniem produktu, np. kiedy matka poleca zdrowe przekąski dla dzieci, jednocześnie będąc celebrytką (aktorką, piosenkarką, tancerką) lub ekspertką, reprezentującą konkretną markę. Zatem rola matki w tej sytuacji jest odgrywana na potrzeby rozmowy w studiu i promocji produktu. Na najdalszym planie znajduje się jeszcze reklamodawca, który czerpie zyski ze sprzedaży produktu i nadawca instytucjonalny, który z kolei czerpie zyski z umożliwienia reklamy produktu w programie.

1.2. Odbiorca

W modelach komunikacji językowej po drugiej stronie względem nadawcy stoi odbiorca. Ta kategoria jest również wielopoziomowa i różnorodna w dyskursie telewizyjnym. We współczesnym dyskursie publicznym odbiorca ma szczególny status, ponieważ nadawca, tworząc swój komunikat, ma w głowie wyobrażenie **adresata**, czyli zamierzonego przez nadawcę odbiorcę mediów (*Słownik terminologii medialnej*), którego chce przekonać, zachęcić, zaktywizować, przyciągnąć, poinformować, nauczyć, bawić, poradzić mu itp. Zwróciła na to uwagę Witosz, pisząc o tym następująco:

Zwraca się uwagę na nasilające się dziś tendencje do retoryzacji wypowiedzi – nastawienie podmiotu na przekonywanie, zjednywanie odbiorców oraz na interakcję – obserwowane w różnych odmianach dyskursu publicznego, szczególnie w sferze komunikacji masowej. Efektem komercjalizacji życia zbiorowego jest „urynkowienie” tekstów kultury, konieczność poszukiwania odbiorcy (konsumenta), a co za tym idzie – dostosowanie własnego przekazu do oczekiwań i możliwości aplikacyjnych czytelnika, widza, telewizja.

WITOSZ, 2009a: 137

Ważną rolę w postrzeganiu odbiorcy odgrywa dziś profesjonalizacja komunikowania, m.in. za sprawą działań PR i marketingowych. Nowe trendy komunikowania stawiają odbiorcę w centrum. Podkreślone zostaje sprzężenie zwrotne, które John Fiske uznaje za kompetencję dobrego mówcy:

Sprzężenie zwrotne umożliwia mówcy przystosowanie swojego zachowania do potrzeb i oczekiwań publiczności. Dobrzy mówcy są zawsze wrażliwi na sprzężenie zwrotne w przeciwieństwie do pompatycznych, dominujących nudziarzy, którzy zbytnią pewnością siebie tłumią każdą próbę przekazania sobie informacji zwrotnych.

FISKE, 2003: 39

Współczesna telewizja, chcąc zaangażować widzów, stwarza za pośrednictwem internetu płaszczyznę do komunikacji dwukierunkowej. Witosz zauważyła, że

Nowe media, dając część władzy odbiorcy, przyczyniają się do odtwarzania (powiedzieć raczej by należało – pozorowania) w przestrzeni pośredniej komunikacji publicznej wzorów komunikacji interpersonalnej, stwarzającej iluzję rozmowy, spotkania twarzą w twarz z wykonawcą.

WITOSZ, 2009a: 152

Dziś można zaryzykować stwierdzenie, że nowe technologie pozwalają mediom tradycyjnym nie tylko dawać część władzy odbiorcy przez pozorowanie komunikacji bezpośredniej, lecz także władzę realną, moc zmiany rzeczywistości. Współczesny widz ma narzędzia, które pozwalają mu realnie wpływać na nadawcę instytucjonalnego. Zwraca na to uwagę również Marian Gierula, zdaniem badacza „konwergencja mediów masowych wzmocniła niewątpliwie pozycję odbiorcy w procesie komunikacji, coraz częściej on sam jest nadawcą i ma wpływ na nadawcę masowego” (GIERULA, 2012: 45). Ramówka stacji telewizyjnych jest determinowana oglądalnością poszczególnych programów, zatem widz już tylko włączając wybrany przez siebie program, ocenia go pozytywnie i może przyczynić się do tego, że znajdzie się w następnej ramówce. Kolejnym narzędziem, które ma widz, są profile programów telewizyjnych

utworzone w serwisach społecznościowych (Fan Page) lub strony internetowe programów, na których odbiorca może oceniać nie tylko program, lecz także jego prowadzących (popularne są rankingi prowadzących). Ma również możliwość pisania komentarzy i uwag na forum. Kiedyś listy do redakcji były selekcjonowane w kuluarach, dziś każda informacja zamieszczona w internecie staje się publiczna i nadawca telewizyjny musi się z nią zmierzyć na forum. Internet daje też możliwość tworzenia grup. To właśnie w sieci Jan Kowalski przekonuje się, że nie jest jednostką, która ogląda dany program w telewizji, tam okazuje się bowiem, że jest wiele takich osób. Ci widzowie, zaczynają tworzyć grupę, wirtualną wspólnotę w której wytwarzają się mechanizmy tłumu. Taka grupa, którą łączą wspólna myśl, cel, idea zaczyna mieć realny wpływ, większy niż jednostka. Gustave le Bon w ubiegłym wieku zauważył, że

Zorganizowane tłumy zawsze odgrywały rolę w życiu narodów, ale nigdy jeszcze wpływ ten nie był tak wielki jak dziś. [...] Kiedy wszystkie starożytne przekonania zaczynają odchodzić w przeszłość, a stare filary społeczeństw zaczynają się kolejno kruszyć, moc tłumów jest jedyną siłą, której nic nie jest w stanie zagrozić i **której prestiż stopniowo rośnie** [podkreślenie – E.T]. Dlatego też epoka, w którą dane nam jest wkroczyć będzie bez wątpienia epoką tłumów.

BON LE, 2012: 5–12

Nie jest celem tej pracy szczegółowa analiza psychologii tłumu. Jednak trzeba pamiętać, że jest to ważne tło działania współczesnego odbiorcy telewizyjnego i nowych możliwości, jakie stwarza widzom w sieci nadawca, który jednocześnie staje się odbiorcą komunikatów telewizorów. Odbiorca przestaje być bierny, ma dziś możliwość interpretować, sugerować, oceniać, komentować, wpływać, a nadawca może wziąć jego opinię pod uwagę.

Stanisław Michalczyk zauważa, że grupy mogą się tworzyć jeszcze w innym wymiarze: „jednostka, która wybiera z mediów określone treści, staje się członkiem stale zmieniającej się publiczności i tworzącej się w jej ramach grupy” (MICHALCZYK, 2010b: 76). Publiczność może zatem okazać się grupą fanów lub hejterów. Wiesław Godzic z kolei twierdzi, że współczesny widz „coraz częściej i silniej wierzy w to, co powinno się sądzić (bo »wszyscy tak mówią«) o konkretnej audycji czy stacji nadawczej, rzadziej zaś ocenia tekst wyłącznie na podstawie tego, co widzi na ekranie” (GODZIC, 2008: 134). Powyższe rozważania pokazują, że internet z jednej strony uatrakcyjnia przekazy telewizyjne, czyniąc je interaktywnymi, pokazując kulisy różnych programów, tworząc w sieci ich ciąg dalszy lub zamieszczając przepisy, wykorzystywane w programach kulinarnych, porady ekspertów danej stacji itd. Z drugiej zaś strony – jest wyzwaniem przez wzgląd na tworzące się tam grupy i ich działania.

Konwergencja mediów pozwala też nadawcy telewizyjnemu zintensyfikować złudę komunikacji bezpośredniej z widzem. W programach emitowanych

na żywo prowadzący zachęcają swoich widzów do komunikowania się z nimi. Jarosław Kuźniar, kiedy rozpoczął program *Wstajesz i wiesz* w TVN24 o 5:55, zwracał się do widzów sformułowaniami typu: „Czemu jeszcze śpicie?”, „Nic do mnie nie piszecie”, „Odezwijcie się”, „Dajcie znak, sygnał”, „Jaka jest u was pogoda?” itp. Po takich słowach pojawiały się wpisy od widzów na internetowym profilu programu, którzy często zwracali się do prowadzącego po imieniu, czyli „Jarku”. Niektóre wpisy były przez niego odczytywane i komentowane na antenie. Gospodarz często też reagował na sugestie widzów, kiedy pisali np. „Nie mów już tyle o tej pogodzie”, Kuźniar z uśmiechem odpowiadał na antenie: „Jeszcze trochę muszę, bo tyle się w tej pogodzie dzieje. Wytrzymajcie. Proszę”. Ta próbka zaledwie pokazuje, w jaki sposób widz jest zachęcany do wirtualnego dialogu, a dziennikarz jest z kolei angażowany przez te posty, na które wypada odpowiedzieć, jeśli się o nie prosi. Te zabiegi przyczyniają się do tego, że odbiorca ma poczucie sprawstwa. Jest to również dowód potwierdzający cyfrową konwergencję czy internetyzację wszystkich pozostałych mediów jako cechę charakteryzującą dyskurs medialny (SKOWRONEK, 2014: 22). Powyższe repliki, pochodzące z pozorowanego dialogu z widzem, mogą razić potoczyzmem, jest to jednak dowód potwierdzający postulat Dominiki Bajer, która w „zanieczyszczeniu języka” w mediach upatrywała ukłon nadawcy w stronę adresata komunikatu, który „staje się dla [współczesnych – E.T.] mediów ważniejszy niż kiedykolwiek” (BAJER, 2003: 44).

Warto również zaznaczyć, że telewizja zaczyna przejmować strategie komunikacyjne radia, które jest medium towarzyszącym i nastawionym na dialogicność, co może potwierdzać tezę Godzica, że „telewizja wyrosła z radia, a nie z filmu” (GODZIC, 2010: 64). Dziś nowe technologie pozwalają na to, żeby telewizja również była medium interakcyjnym i towarzyszącym, np. w drodze do pracy. Ogonowska zwraca uwagę, że współczesna telewizja obejmuje strategię przede wszystkim skutecznego nawiązywania i podtrzymywania kontaktu z odbiorcą (OGONOWSKA, 2006: 19–20). To współtworzenie, współuczestniczenie widzów w programie jest przejawem mieszania się dwóch porządków: prywatnego i publicznego:

Dziś to, co dotąd czyniono w przestrzeni publicznej, można dzięki mediom uczynić z pozycji domowej kanapy: zabrać głos na forum i to zarówno tym lokalnym, jak i globalnym (także zrobić zakupy, uiścić opłaty).

LOEWE, 2010: 399

Przestrzeń publiczno-prywatna w ujęciu socjologicznym (GRABIAS, 1994) oznacza również różne sytuacje komunikacyjne: równorzędne/nierównorzędne, spontaniczne/niespontaniczne, bezpośrednie/niebezpośrednie między nadawcami a odbiorcami w przestrzeni mediów.

Kolejnym typem odbiorcy w dyskursie telewizyjnym jest ten **jawnie instytucjonalny**. Zaliczyć do tej kategorii należy sztab osób, które współtworzą program i nadzorują jego tworzenie, emisję oraz radę programową. Następną grupą będą **odbiorcy bezpośredni, jednostkowi**, czyli goście zaproszeni do programu oraz **odbiorcy pośredni, zbiorowi** – telewidzowie. W komunikacji pośredniej ważny jest status odbiorcy: empiryczny lub tekstowy (wirtualny). **Odbiorca empiryczny** to ten docelowy, realny (np. widz), który odebrał komunikat i go zinterpretował. **Odbiorca tekstowy**, czyli projektowany przez nadawcę, wpisany w tekst, który wpływa na kształt tekstu i dobór treści.

Odbiorca mediów masowych według Gobana-Klasa jest „wielką niewiadomą”, gdyż jest to odbiorca rozproszony, liczebny i zmienny. Badacz wskazuje na to, że „audytorium medialne” jest konstruktem wyłącznie teoretycznym, którego nie można określić wprost a jedynie przez pośrednie obserwacje (GOBAN-KLAS, 2004: 207). Wcześniej zostało już wspomniane, że internet daje pewną moc i narzędzia wpływu odbiorcy, ale działa też w drugą stronę, dając nadawcy wiedzę o odbiorcach, ich potrzebach i oczekiwaniach. Nie obala to postulat badacza, o nieuchwytności odbiorcy telewizyjnego, jednak niezaprzeczalnie dostarcza nadawcy wielu informacji o nim. Godzic zauważa, że współcześnie obserwujemy zmianę publiczności medialnej, która przestaje być lojalna (wierna programowi, stacji, przewidywalna). Dzisiejsza publiczność jest nomadyczna, czyli ciągle poszukująca nowych programów (GODZIC, 2008), konsekwencją tego są zmiany ramówek we wszystkich stacjach telewizyjnych, nowe formaty i ciągle dążenie do wprowadzania nowości, które mogą zaskoczyć i ściągnąć uwagę poszukującego widza.

Przywołani powyżej badacze operują dwoma terminami: *audytorium* i *publiczność*, jednak przez wzgląd na to, że często te dwa pojęcia traktowane są w literaturze synonimicznie (STM) i używane wymiennie, należy je wyjaśnić. Traktuję te dwie kategorie za Gobanem-Klasem jako różne od siebie, określające dwa typy zbiorowości odbiorczych. Mianem *audytorium* lub *widowni* w języku polskim można określić zbiorowość odbiorczą, która uczestniczy lub uczestniczyła w odbiorze określonego przekazu, np. filmu. Z kolei *publiczność* to grupa złożona z tych, którzy uczestniczą w odbiorze określonego rodzaju przekazów, np. filmów w ogóle (GOBAN-KLAS, 2004).

Każda kategoria wyżej wymienionych podmiotów komunikacji realizuje określone strategie nadawczo-odbiorcze oraz kreuje, sobie właściwy, typ komunikowania się: jednokierunkowy/dwukierunkowy, symetryczny/niesymetryczny, formalny/nieformalny, obronny/podtrzymujący (zob. ŻYDEK-BEDNARCZUK, 2005: 21). Ta wielość, hierarchiczność, wielopoziomowość, szkatułkowość nadawców, odbiorców i strategii potwierdza, że w dyskursie telewizyjnym występuje multiplikacja postaw, punktów widzenia, sposobów komunikowania się, stylów oraz gatunków wypowiedzi. Dowodzi to również temu, że dyskurs

cechuje się transgresywnością, czyli wielogatunkowością, wielostylowością form wypowiedzi.

Za fundamentalną zasadę komunikacji interpersonalnej uznaje się za Paulem Grice'em zasadę kooperacji, wedle której zaangażowanie w interakcję powinno być adekwatne do celu i kierunku wymiany (zob. TABAKOWSKA, 2001). Z tej zasady wynikają maksymy konwersacyjne, wedle których komunikat powinien spełniać cztery postulaty: jakości, ilości, relewancji i sposobu. Prototypem komunikacji jest ta określana jako bezpośrednia, czyli *face to face*, w której są warunki do sprzężenia zwrotnego. Ten typ relacji w dyskursie telewizyjnym będzie zachodził między gospodarzami programu a ich gośćmi w studiu, między prowadzącymi program a ekipą pracującą w studiu oraz między osobami pracującymi przy programie a osobami nadzorującymi ten program (zarządzającymi), choć tu może się też pojawić komunikacja pośrednia, np. przez telefon. Z kolei między gospodarzem programu i gośćmi w studiu a widzami występuje zawsze komunikacja pośrednia za pomocą medium. Ważny jest również środek przekazu, czyli medium, które determinuje zachowania i spaja podmioty tego dyskursu.

Przez medium rozumiemy zatem całość aparatury technicznej (z limitującym jej możliwości zapleczem technologicznym) służącej przekazywaniu w czasoprzestrzeni produktów własnych lub przejętych z innych mediów, wraz ze wszelkimi konsekwencjami natury zmysłowo-fizycznej i społeczno-kulturowej, jakie wywierają one w uniwersum kultury.

Gwóźdź, 2003: 27

Ciekawym elementem w telewizyjnej rzeczywistości jest aspekt temporalny. Odbiorca ma wrażenie, że wszystko dzieje się teraz, w tym momencie, mimo że nie jest to program na żywo. W sekundę można przywołać przeszłość i zwiualizować przewidywaną przyszłość, dzięki symultaniczności przekazu przy rozproszeniu przestrzennym. Dziś, dzięki wirtualnym studiom, które są coraz bardziej powszechne, z łatwością zmienia się scenografię i w sekundę dziennikarz może się przenieść z Meksyku do Szwecji lub spacerować po Białym Domu w Waszyngtonie.

W dniu otwarcia mistrzostw Europy w piłce nożnej tuż po godz. 22 w programie informacyjnym TVP Polonia zespół Jarzębina na żywo odśpiewał „Koko Euro spoko”. Osiem pań w ludowych strojach podrygiwało w rytm muzyki, a za ich plecami rozpościerała się murawa Stadionu Narodowego. Chodzę teraz po tym stadionie. [...] W rzeczywistości spaceruję po zjadliwie zielonej wykładzinie w studiu 6 przy ul. Woronicza w Warszawie, czyli wirtualnym studiu Telewizji Polskiej.

RUTKOWSKA, 2012: 29

Ogonowska zauważa, że „ciągły przepływ obrazów konstytuujących telewizyjną rzeczywistość uniemożliwia jakkolwiek ich ocenę czy analizę” (OGONOWSKA, 2006), dlatego widz często nie uświadamia sobie fikcji telewizyjnego świata. To, jak dobrze telewizja maskuje fikcję, potwierdzają zachowania widzów, którzy prezentera pogody w sklepie pytają o pogodę lub dziwią się, kiedy uśmiechnięty i uprzejmy dziennikarz używa wulgaryzmów poza wizją (przykład Kamila Durczoka, który wulgarnie wypowiedział się o brudnym stole, co wywołało oburzenie widzów) lub odwrotnie, zaskakująca jest dla odbiorców sytuacja, w której Kuba Wojewódzki na spotkaniu ze studentami jest powściągliwy i poważny. Telewizja angażuje widza w różne ważne wydarzenia i przeżywa je razem z nim. Nastrój takich transmisji jest dostosowany do emocji towarzyszących wydarzeniu, przez co je natęża. Widz staje się zatem „teleuczestnikiem” (ROTHENBUHLER, 2003: 99) rozmaitych wydarzeń na całym świecie. Może mieć wrażenie, że jest w ich centrum przez odczuwane emocje. Barbara Kita pisze o paradoksie natury epistemologicznej, gdyż telewizję z jednej strony cechuje „telematyczność”, czyli „przesyłanie na znaczną odległość”, z drugiej zaś strony „natura medium” znosi tę rzeczywistą odległość na rzecz bliskości. „To w samym medium dokonuje się tego rodzaju przejście, interfejs, tranzyt” (KITA, 1998: 289). To atrakcyjne dla widza wrażenie bliskości odległych rzeczy sprawia, że „telewizja jest niezwykle sugestywna” (NOWAKOWSKI, 2002: 16), to medium ma moc kreowania rzeczywistości. Ludzie pojawiający się na szklanym ekranie są nobilitowani do rangi ekspertów i autorytetów, natomiast dziennikarze stają się celebrytami lub poważanymi komentatorami. Badacz zwraca uwagę na to, że istotnym argumentem w dyskusji jest dla ludzi to, że „w telewizji tak powiedziano” (NOWAKOWSKI, 2002: 16), co potwierdza autorytatywną moc tego medium.

Człowiek jest przyzwyczajany, m.in. za sprawą telewizji, do życia wśród obrazów. Owo „telewidzenie” zmienia naturę człowieka (SARTORI, 2007: 13), dlatego nie bez znaczenia pozostaje rola telewizji w kulturze, o czym pisze również Krzysztof Arcimowicz:

Teza, że środki masowej komunikacji wpływają w pewnym stopniu na poglądy i zachowania odbiorców, jest obecnie aksjomatem. W świecie nasyconym mass mediami doświadczenie przeżyte miesza się z nowym rodzajem doświadczenia – z doświadczeniem zapośredniczonym. Media – obok rodziny, grupy rówieśniczej i szkoły – są jednym z najważniejszych czynników oraz kontekstów formowania tożsamości.

ARCIMOWICZ, 2013: 15

Janusz Gajda z kolei za jedną z kulturotwórczych funkcji mediów uznał właśnie wzorcotwórczość, która polega na propagowaniu pewnych postaw, wzorów i ideałów (GAJDA, 2003: 45). Te zaś będzie reprezentował gospodarz programu oraz goście zaproszeni do studia. Zatem można założyć, że widzowie będą

również odwzorowywać sposób, w jaki dziennikarz komunikuje się z innymi. Przez sposób komunikowania należy rozumieć zarówno dobór leksyki, styl wypowiedzi, jak i kod niewerbalny.

1.3. Pozostałe eksponenty

Stanisław Gajda zauważa, że styl, obok ujęcia funkcjonalnego, można ujmować jako humanistyczną, całościową strukturę tekstu (dyskursu) stanowiącą dynamiczną grę środków językowych i niejęzykowych, planu treści i planu wyrażania, tekstu oraz kontekstu (GAJDA, 2014: 18). Chciałabym w tej pracy styl potraktować jako genetycznie polimorficzny twór, który powstaje w wyniku przenikania się trzech systemów: kulturowego, semiotycznego i językowego. Styl nie będzie traktowany tylko jako forma, ale też jako sposób myślenia, a przez to komunikowania i prezentowania się.

Za aksjomat, który przyjmują jednogłośnie badacze mediów, można uznać fakt, że telewizja stanowi przestrzeń łączącą różne style funkcjonalne: potoczny, naukowy, artystyczny, retoryczny, religijny, propagandowy, dydaktyczny (PODRACKI, WALCZAK, 1975; LOEWE, 2012c, 2013a). Ta różnorodność i współistnienie stylów wynika przede wszystkim z multigatunkowości telewizji, różnorodności tematów oraz szerokiej publiczności, do której kierowany jest przekaz. Nie bez znaczenia w tym aspekcie pozostaje również to, czy program emitowany jest na żywo, czy jest wcześniej przygotowany i odtworzony.

Jedynym wyróżnikiem charakterystycznym dla języka radia i telewizji jest ogromna różnorodność typów wypowiedzi, czyli brak tożsamości i odrębności omawianego „języka” [...]. Niemniej łatwo zauważyć, iż z radioodbiornika i telewizora dobiegają nas wyrazy jakiegoś języka. Oczywiście – jest to po prostu język polski [...] we wszystkich swoich możliwych odmianach.

PODRACKI, WALCZAK, 1975: 311–312

Jerzy Bralczyk i Jacek Wasilewski wśród językowych odmian, które obrazują określone sposoby manifestowania postaw wobec świata i wobec użycia języka, wyróżnili w przestrzeni publicznej pięć takich języków-odmian: „język narodowy, język sukcesu, język politycznej poprawności, oficjalny, język populistyczny, język luzu” (BRALCZYK, WASILEWSKI, 2008: 274). Iwona Loewe zauważyła, że te odmiany można odnaleźć w telewizji, która jest typem kontaktu publicznego (LOEWE, 2013a: 293). Badaczka dostrzegła, że język narodowy, populistyczny i luzu charakteryzują stylistykę nie tych, którzy prowadzą programy, lecz gości zaproszonych do studia. O ile, w dwóch pierwszych przypadkach należy się zgodzić z badaczką, o tyle obecnie w wypowiedziach gospodarzy programów pojawiają się elementy, które mogą sugerować, że jest to już język

luzu. Przykłady tego typu języka w mediach można znaleźć m.in. w porannych pasmach. W serwisie informacyjnym programu *Wstajesz i weekend*⁶ pojawiła się informacja o uczniowskiej praktyce ściągania w Indiach. Tuż po serwisie prowadząca Joanna Kryńska zadała następujące pytanie gospodarzowi program Marcinowi Żebrowskiemu:

Joanna Kryńska: Ściągałeś? Nieee..., no ty na pewno nie [śmiej – E.T.].

Marcin Żebrowski: Ja szedłem zawsze pierwszy na egzamin, bo zakładałem, że pierwszego nie obleją... no i na litość albo na chorobę brałem⁷.

Inny przykład może stanowić wypowiedź Żebrowskiego na zakończenie programu z tego samego odcinka:

M.Ż.: Zbliżamy się do końca. W sumie to od rana zbliżamy się do końca...

lub dialog z programu *Wstajesz i wiesz*, w którym Marta Kuligowska (prowadząca serwis informacyjny) mówi do Doroty Gardias, która skończyła prezentację prognozy pogody:

M.K.: Piękna prognoza i piękny blond. Wczoraj nie zauważyliśmy...

D.G.: Jak mogliście. Jeszcze ciebie [do Jarosława Kuźniara – E.T.] jestem w stanie zrozumieć, ale ciebie [do Marty Kuligowskiej – E.T.].

Jarosław Kuźniar (prowadzący program): A dlaczego?

D.G.: Bo faceci nie zauważają takich rzeczy.

J.K.: Pięknie wyglądasz [do Doroty Gardias – E.T.]. Ty też [do Marty Kuligowskiej – E.T.].

Serwis informacyjny

J.K.: A będziesz jeszcze bardziej blond?

D.G.: A co?

J.K.: To jest chyba taki etap przejściowy. Muszę nadrobić to, czego wczoraj nie widziałem.

D.G.: Muszę nabrać bardziej odwagi.

J.K.: Prawie blondynka – Dorota Gardias.

J.K.: Między nami blondynkami... [śmiej całej trójki – E.T.]⁸.

W powyższych przykładach o języku luzu świadczy nie tylko leksyka, lecz także pozytywna emocjonalizacja wypowiedzi, na którą zwracają uwagę Bralczyk i Wasilewski. Ponadto istotny jest również fakt, że swobodny, nienakierowany dialog w studiu daje dziennikarzom możliwość zaprezentowania się.

⁶ Weekendowe wydanie programu *Wstajesz i wiesz*.

⁷ Zapis rozmowy z dnia 21.03.2015 (sobota).

⁸ Zapis rozmowy z dnia 9.04.2015 (czwartek).

Dwie kolejne odmiany (język oficjalny i język sukcesu) Loewe wiąże z nadawcą instytucjonalnym. Warto jednak przyrzeć się odmianie sukcesu, związanej zarówno z materiałami autopromocyjnymi (autotematycznymi), jak i reklamą. W obu tych pasmach następuje kumulacja i eskalacja tekstów z przeważającą funkcją perswazyjną. W reklamie jednak dominuje język sukcesu, z kolei w pasmach autotematycznych występują obie te odmiany (LOEWE, 2013a). Aleksandra Urzędowska zauważa, że współcześnie język sukcesu jest pewnym kodem, „który otwiera, a może nawet tworzy nowy *savoir-vivre* języka publicznego” (URZĘDOWSKA, 2014: 238). Język sukcesu w wypowiedziach jednostek objawiający się amerykańskimi kalkami językowymi, używanie leksyki z żargonu marketingowego czy PR-owego może być dowodem na dzisiejszą modę językową. Potwierdzenie stanowi fakt, że tej odmiany języka uczy się we współczesnych szkołach, w których uczniowie projektują swoje ścieżki kariery.

Zatem telewizja jest to bogactwo różnych stylów i odmian językowych, co podkreśla Iwona Loewe:

Telewizja potrafi zapewnić jak żadne inne [medium – E.T.] współistnienie tych stylów i ich znaczenie jako każdego z osobna, a zatem wszystkie odmiany funkcjonalne rozpoznamy w telewizji, ale w innych mediach/sytuacjach nie rozpoznamy stylu telewizji jako takiej, bo go nie ma.

LOEWE, 2012c: 338

W pełni trzeba się zgodzić ze stanowiskiem badaczki, że stylu telewizji w rozumieniu funkcjonalnym nie ma, ale należy się zastanowić, czy telewizja nie wytworzyła stylu w szerszym rozumieniu, czyli zbioru cech charakterystycznych/typowych dla tego medium. W tym wymiarze mogą istnieć parametry wyróżniające telewizję wśród innych mediów. Samo stwierdzenie Loewe, że telewizja, jak żadne inne medium, potrafi zapewnić współistnienie różnych stylów, jest cechą szczególną, wyróżniającą to medium.

W telewizji występuje ponadto konglomerat kodów werbalnych, niewerbalnych, audialnych, wizualnych. Omawiane medium stwarza określoną (specyficzną) przestrzeń nie tylko do komunikacji, ale też do kreowania pewnych postaw, wzorców, modeli życia, co przekłada się na określone postrzeganie telewizji przez odbiorców. Ogonowska dostrzegła, że telewizja ma moc nobilitującą, czyli ten kto w niej występuje, zaczyna być ekspertem, znawcą, celebrytą (OGONOWSKA, 2004). Popularna ostatnio kolokacja „parcie na szkło”, czyli jak podaje internetowa wersja *Wielkiego słownika języka polskiego*⁹, żart. ‘niepohamowana chęć występowania w telewizji lub w ogóle w mediach’, daje dowód na to, że telewizja jest medium atrakcyjnym i stwarzającym możliwości pokazania się. Nie wytworzyły się w uzusie formy takie, jak: „parcie na mikrofon” czy „parcie na pióro”, zatem pozwala to sądzić, że użycie leksemu: *szkło* w tym wy-

⁹ http://www.wsjp.pl/index.php?id_hasla=36216 [dostęp: 6.08.2015].

padku nie jest bez znaczenia i odsyła do konkretnego medium, czyli telewizji i jego mocy.

Badacze dostrzegają, że komunikacja medialna charakteryzuje się również przewagą stylu potocznego nad stylem oficjalnym.

Tworzenie i zachowywanie pozorów równości pomiędzy nadawcą i odbiorcą w komunikacji medialnej związanej z dominacją w tekstach dziennikarskich stylu potocznego to także porzucenie przez dziennikarzy oficjalnej płaszczyzny komunikacji jako najodpowiedniejszej do porozumiewania się z odbiorcami i przejście na płaszczyznę towarzyską.

NOWAK, TOKARSKI, 2007: 22

W powyżej opisanej, ogólnej tendencji współczesnych mediów jest pewne ograniczenie w postaci kryterium gatunku. Istnieją bowiem w mediach gatunki, które tę przewagę potoczności eksponują, ale są też takie, w których oficjalność jest naturalna i nikt tego nie kwestionuje, ponadto o nich się nie mówi, gdyż stanowią one w telewizji *status quo*. Do gatunków z dominującym stylem oficjalnym zaliczyć można serwisy informacyjne, reportaże, poradniki (np. *Galileo*), komentarze oraz liczne wywiady. Stąd wrażenie ekspansji potoczności we współczesnych mediach, w których elementy potoczności widoczne są w swobodnych fragmentach dialogów między prowadzącymi. Jest to szczególnie zauważalne w programach śniadaniowych i informacyjno-śniadaniowych, np. *Wstajesz i wiesz* w TVN24, w których obserwujemy zderzenie potoczności z oficjalnością. Krótkie serwisy informacyjne (zazwyczaj pięciominutowe), które pojawiają się co pół godziny w poranku TVN24, tradycyjnie są wcześniej przygotowane i odczytywane (pierwotnie pisane, wtórnie mówione). Natomiast wprowadzenie do nich często przybiera formę rozmowy w stylu potocznym. Istotną cechą potoczności jest chęć nawiązania do danej sytuacji.

Tekst potoczny rodzi sytuacja, jest on wytworem realnej sytuacji. Tekstowość wypowiedzi potocznej motywowana jest sytuacją. [...] Status tekstu nadają mu konkretne działania pozajęzykowe skoncentrowane na przedmiocie wspólnym dla wszystkich uczestników zdarzenia oraz ten sam cel działania.

BONIECKA, 1998: 47

Zatem replika, którą Żebrowski rozpoczyna dialog, jest nawiązaniem do zdjęcia, które stanowi substytut sytuacji. Ilustracja nadaje sens poszczególnym zdaniom i całej wypowiedzi (BONIECKA, 1998: 49). Oto przykład:

Michał Żebrowski (prowadzący program): Pyszna Belona z Bałtyku [nawiązując do zdjęć Bałtyku, które pojawiły się w trakcie prognozy pogody – E.T.].
Joanna Kryńska (prowadząca serwis informacyjny): A smakuje jak?
M.Ż.: Belona.

J.K.: A podobna w smaku do...?

M.Ż.: Belony.

J.K.: Z tobą zawsze można się dogadać, nieee... [uśmiech i mrugnięcie okiem – E.T.]

M.Ż.: Na ciebie zawsze można liczyć, nieee...

J.K.: Serwis informacyjny [i zaczyna czytać tekst informacji – E.T.].¹⁰

Przykłady można mnożyć. Tego typu dialogi wpływają na odbiór serwisów informacyjnych, ponieważ obok siebie współlistnieją dwie płaszczyzny: biesiada/rozrywka i informacja/oficjalność. Zatem często następuje zderzenie treści ważnych, dramatycznych w serwisie z dowcipną wymianą replik, która wystąpiła kilka sekund przed i pojawia się też niejednokrotnie zaraz po serwisie. W wielu serwisach informacyjnych powszechną już praktyką jest łączenie języka oficjalnego odczytywanych treści z językiem nieoficjalnym (towarzyskim) przy wprowadzeniu do programu materiałów spoza studia (LOEWE, 2010: 400) przygotowanych przez korespondenta, czemu towarzyszy powitanie i pożegnanie oraz formuła wprowadzająca do materiału, np. „Witam cię, Piotrze. Widzę, że u ciebie pada”. Obserwacja współczesnej telewizji skłania do refleksji, że stwierdzenie o ekspansji stylu potocznego w telewizji to już za mało, nasuwa się bowiem pomysł, że może to jest styl „codzienności”. W ten styl „codzienności” będą wpisywały się też dialogi z widzami imitujące bezpośredniość oraz inne elementy, także pozajęzykowe, np. formuła wielu programów, w których są gospodarze przyjmujący gości. Studio ucharakteryzowane jest na kawiarnię, pokój gościnny, ogród z wygodnymi miejscami do siedzenia, stołem, jedzeniem. Ciekawym przykładem takiego programu jest magazyn *Drugie śniadanie mistrzów*, w którym prowadzący Marcin Meller zaprasza gości do studia, żeby przy obficie zastawionym stole biesiadować i rozmawiać o ważnych wydarzeniach minionego tygodnia¹¹. W tę codzienność wpisuje się także łamanie zasad *savoir-vivre*, np. w programach śniadaniowych. Jeśli przyjmujemy, że telewizja stanowi przestrzeń publiczną, to jedzenie palcami, bez talerzyka, wyjadanie z patelni¹² nie powinno się pojawiać. Jednak takie zachowanie prowadzących to kolejny dowód potwierdzający familiarność poranków oraz modę na luz.

Istotnym elementem współczesnej telewizji jest, wcześniej już wspomniana, instrukcja programu:

Kupując licencję, producenci dostają tzw. „biblię formatu” [instrukcję – E.T.] – kilkudziesięciostronicowy poufny dokument, który precyzyjnie opisuje zasady tworzenia widowiska.

KIM, LIS, 2014: 28

¹⁰ Zapis z programu *Wstajesz i wiesz* TVN24 z dnia 21 marca 2015 roku (sobota).

¹¹ Do takich przykładów zaliczyć też można programy śniadaniowe.

¹² Taka sytuacja pojawia się np. w programie *Kawa czy herbata?* z dnia 1 września 2008 roku.

W tym dokumencie znajdują się informacje dotyczące tego, jakie powinno być zachowanie prowadzących program. Z działania wedle określonej instrukcji wynika kilka istotnych rzeczy: po pierwsze unifikacja formatu, czyli określone programy w różnych stacjach (także zagranicznych) są do siebie podobne (*Pytanie na śniadanie* od 2002 r. w TVP2 i *Dzień Dobry TVN* od 2005 r. w TVN). Unifikacja zachowań prowadzących programy stawia zatem pod znakiem zapytania aspekt autoprezentacji. Jednak instrukcje nie zawierają scenopisów, a jedynie opisują cechy, jakie powinna posiadać osoba prowadząca, juror lub wodzirej programu, wedle tego klucza dobiera się do nich ludzi (dobry/zły; ładny/brzydki; stary/młody). Toteż można poszukiwać elementów autoprezentacyjnych, ale należy również zbadać, czy wśród rozmaitych gospodarzy programu występują elementy (w obszarze kodów werbalnych i niewerbalnych) stałe, powtarzalne, identyczne, które wskazywałyby na działanie według instrukcji lub scenopisu.

Na styl w telewizji składać się będą według mnie: określony sposób komunikowania się, czyli imitowanie codzienności, familiarności w miejscu publicznym, *infotainment*, kreowanie przestrzeni z pozycji wiem więcej o... niż ty, widzu... oraz postulowane przez Loewe partnerstwo publiczno-prywatne widoczne zarówno w znakach werbalnych, jak i niewerbalnych. Sądzę, że w ten styl wpisywać należy również unikanie ciszy (LEPA, 2003; cyt. za LOEWE, 2013a: 290), ponieważ jest to znak charakterystyczny tylko dla telewizji. Cisza w tym medium jest niezręczna, dlatego prowadzący programy na żywo, robią wszystko, żeby do niej nie dopuścić. Jest to szczególnie zauważalne, kiedy nieoczekiwanie zmienia się scenariusz, np. gość zaproszony do studia spóźnia się lub w ogóle nie przyjeżdża, albo gdy zostaje minuta do kolejnego serwisu informacji, wtedy dziennikarz mówi do widzów o niczym, można to określić „pustosłowiem” lub „watą słowną” (KITA, 2014: 14). Pomysł stylu telewizji czy precyzyjniej – stylu, który kreuje telewizja, wpisuje się w koncepcję stylów życia i kodów lifestyle'owych w komunikacji zaproponowanej przez Annette Siemes (SIEMES, 2012: 273–286). Siemes wraz z badaczami z Uniwersytetu Łódzkiego dostrzegła potrzebę zaadaptowania kryterium stylu życia, funkcjonującego dotychczas w socjologii, antropologii kulturowej czy filozofii, do badań dotyczących komunikacji i języka.

Style życia dają się zatem ująć jako wyposażenie życia codziennego w nośniki znaczeń (znaki). Owo wyposażenie dokonuje się w procesie wzajemnej obserwacji i komunikacji i pozwala zaobserwować leżące u swego podłoża wzorce. Jako nośnik znaczeń mogą służyć konkretne przedmioty [...], jak również sposoby zachowania się i konkretne działania oraz sposoby mówienia i kształtowania swoich relacji z innymi.

Autorka do wyrażzeń, które implikują styl, zalicza: „mówienie o...”, „sposoby mówienia o...”, „wybrać X a nie Y”, „image”, „(nie) lubię”, „jestem...”, „marzę o...”, „popieram...” (SIEMES, 2012: 281). Zatem telewizja, pełniąc funkcję „wzoro-rotwórczą” (GAJDA, 2003: 45) i ciesząc się „autorytetem” (NOWAKOWSKI, 2002: 16), może mieć siłę kształtującą określony sposób zachowania, mówienia, relacji z innymi oraz postawę i przekonania. Wobec tego nie tylko dziennikarze, którzy reprezentują to medium, ale również odbiorcy mogą manifestować swoją przynależność do stylu życia, który proponuje telewizja, przez co tworzą swój wizerunek.

Ciekawy pogląd reprezentuje również Marian Niezgoda, który rozważa, czy rzeczywistość nas otaczająca nie jest już „rzeczywistością medialną”, głównie telewizyjną (NIEZGODA, 2000: 93). Rozważania te są zasadne w obliczu postulowanej przez wielu badaczy wszechobecności mediów w naszym życiu (CROTEAU, HOYNES, 2003; SKOWRONEK, 2013; SZYLKO-KWAS, 2012). Godzic uważa, że obecnie telewizja jako medium „tworzy kulturę, bynajmniej nie tylko kulturę telewizyjną” (GODZIC, 2002: 10).

W aspekcie stylu można również rozpatrywać płaszczyznę mikro, czyli to, że każdy tekst, który ma wzbudzić w odbiorcy zainteresowanie, powinien zawierać elementy stylistyczne, do których zaliczyć należy: „jasność (klarowność), prostotę, zwięzłość, dynamiczność, konkretność, konstrukcyjność, stosowność” (WOLAŃSKI, 2008: 7). Znow można założyć, że tekst tworzony w telewizji powinien spełniać powyższe parametry, żeby zainteresować i przyciągnąć uwagę odbiorcy oraz zrealizować tym samym jeden z celów.

Każdy tekst (również użytkowy) powinien spełniać warunki, które pozwalałyby oceniać jego autora jako osobę mającą dobry smak językowy. [...] Niezależnie jednak od różnorodności ocen estetycznych można wskazać cechy stylu, które mają wpływ na pozytywny odbiór estetyczny tekstu (sprawiają, że jest on miły dla oka i ucha).

ZDUNKIEWICZ-JEDYNAK, 2008: 39

Iwona Loewe zwraca również uwagę na stopień impresywności widowisk telewizyjnych: „by pozyskać swego odbiorcę i z konstruktu teoretycznego zrobić go realnym odbiorcą, telewizyjny nadawca sięga po środki impresywne – wpływające na widza, kształtujące, uczące, nakłaniające, zapraszające” (LOEWE, 2013a: 293–294).

Nie należy zapominać także o tym, że w każdym wytworzonym tekście na żywo lub w programach autorskich będzie również występował styl osobniczy/styl indywidualny, czyli styl tekstów/styl wypowiedzi tworzonych przez konkretną osobę.

Styl indywidualny (danego autora) istnieje w różnych tekstach tego autora, realizujących różne wzorce stylowo-gatunkowe. [...] Styl indywidualny to

zespół pewnych cech – uświadamianych lub nieuświadamianych przez nadawcę, a rozpoznawalnych przez odbiorców w jego tekstach – odróżniających językowe zachowania X-a od językowych zachowań Y-a.

BAŃKOWSKA, 2003: 55

Wcześniej, co prawda, wskazywano tu na niejednoznaczność autorstwa wielu wypowiedzi telewizyjnych. To przypadki czytania z promptera tekstów, których autorem może nie być czytający. Jednak programy transmitowane na żywo, w których z założenia nie powinno być „inscenizacji, znaczącego montażu, aktorów grających przygotowane role itp.” (ZAJDEL, 1994: 69), wymuszają na prowadzącym tworzenie wypowiedzi samodzielnie i spontanicznie, często też *ad hoc*, odpowiednio do danej sytuacji. Takie teksty mogą zawierać elementy stylu indywidualnego osoby, która je wypowiada. Biorąc pod uwagę instrukcję formatu, zakładam, że niektóre partie tekstu mogą być wyuczone i kalkowane w różnych wypowiedziach. Jednak przez wzgląd na dynamiczny charakter programów na żywo oraz czas ich trwania (od 2 do 3 godzin) spodziewać się należy ujawniania stylu indywidualnego autora. O takim telewizyjnym, osobniczym stylu można mówić z pewnością w przypadku Kuby Wojewódzkiego, Tomasza Lisa, Tomasza Zubilewicza i Jarosława Kreta. Ich wypowiedzi w autorских programach (*talk show* i prognoza pogody) zostały już poddane badaniom (BARAŃSKA, 2010; BUDKIEWICZ, 2012; JAROS, b.r.w.; ŁAWECKA, 2015).

Powyżej wskazane cechy dyskursu telewizyjnego uznaję za jego eksponenty obok scharakteryzowanych osobno kategorii nadawcy i odbiorcy.

2. Program śniadaniowy jako gatunek telewizyjny

Programy emitowane w porannych pasmach cyklicznie od pięciu do siedmiu dni w tygodniu towarzyszą widzom podczas codziennych czynności. Umiłają poranek, motywują do wyjścia z łóżka, stanowią przejście między aktywnością domową a aktywnością publiczną / wyjściem z domu (KOSTELECKA, 2010: 3; SZYLKO-KWAS, 2012: 210), ponieważ udzielają kompleksowej informacji o świecie, m.in. o tym, co wydarzyło się w nocy, co może przynieść dzień, o pogodzie. Ponadto komentują rozmaite wydarzenia, mówią, co napisano w prasie, radzą, w co się ubrać, co zjeść na śniadanie, jak ominąć korki. Prowadzący program rozmawiają ze sobą, z zaproszonymi gośćmi, z telewidzami, uśmiechają się i żartują. Cała formuła programu imituje spontaniczną codzienność poprzez dynamiczność i naturalność. Krótki opis oraz charakterystyka tego typu audycji w monografiach (SANAKIEWICZ, 2013; DĄBROWSKA-CENDROWSKA, 2014) sugerują, że w jej ramach występują różne gatunki, takie jak: poradnik, komentarz, informacja, *talk show*, rozmowa, dyskusja, „debata publiczna” (SANAKIEWICZ, 2013: 27).

Najkrótszą charakterystyką telewizji śniadaniowej jako gatunku jest definicja mówiąca, że jest to przekaz telewizyjny będący mieszanką wzmianki (jako newsowego przekazu informacyjnego w lekkiej formie), *talk-show* oraz serialu.

SZYLKO-KWAS, 2012: 211

Przyjmując za Witosz, że proste formy stanowią budulec gatunków złożonych (WITOSZ, 2005: 175), to telewizję śniadaniową można uznać za gatunek złożony pod względem stylistycznym, pragmatycznym i strukturalnym. Maria Wojtak zauważa, że gatunki złożone mogą występować w formie kolekcji, czyli składać się z gatunków trwale współwystępujących, mających wyraźną ramę delimitacyjną i tworzących kompozycyjną całość (WOJTAK, 2006: 145). Zdaniem Marcina Sanakiewicza magazyn śniadaniowy to z kolei megagatunek (SANAKIEWICZ, 2013: 19). Jednak gatunki proste, które budują poranne pro-

gramy, nie zawsze są wzorcami kanonicznymi. Często bowiem dokonywane wybory są realizacjami wzorców alternacyjnych, które głównie charakteryzuje dekompozycja lub ucięcie struktury. Jak zauważa Joanna Szyłko-Kwas „Formy te [gatunki – E.T.] realizowane są jednak na granicy publicystyki z silną obecnością dziennikarzy prowadzących program” (SZYLKO-KWAS, 2012: 211). Zatem program śniadaniowy należy określić gatunkiem złożonym, ponieważ znajdziemy w jego budowie wzorce kanoniczne rozmowy, wywiadu, wiadomości, zjawki, zapowiedzi, koncertu, teledysku, przepisu kulinarnego, przeglądu prasy, instrukcji, poradnika, zwierzenia, felietonu, relacji, konkursu, ale już *talk show* czy serial, na które wskazuje Szyłko-Kwas, będą występowały jako alternacje. To też oddala postrzeganie poranków jako megagatunku. Obecność gatunków złożonych jest cechą poznawczą poranków, gdyż za ich pomocą widz rozpoznaje dane segmenty jako informację, zabawę, przekonywanie go, nauczanie, poradę itd. I ta cecha musi przyjąć jakąś formę. Do aspektu zatem strukturalnego poranka jako gatunku należy rekurencyjne osadzenie danych gatunków na wzór przypominający szkatułkę. Za element nadrzędny, czyli spajający tę szkatułkę, trzeba uznać rozmowę między prowadzącymi oraz temat przewodni danego odcinka, gdyż bez nich budowa szkatułkowa nie powiodłaby się. Jest to argument, który pozwala twierdzić, że prowadzący są elementem budującym ten gatunek, gdyż „telewizja śniadaniowa bez rozmowy nie istnieje” (SANAKIEWICZ, 2013: 25), a głównymi podmiotami dialogów w programie są gospodarze, którzy zarówno inicjują, zachęcają, zapraszają, prowokują do rozmowy (także widzów), jak i sami nieustannie rozmawiają ze sobą, z gośćmi i w swoisty sposób z widzami oraz tworzą i realizują szkatułkową kompozycję programu, dostosowując ją do przebiegu każdego odcinka.

Przez wzgląd na to, że poranki w literaturze wymiennie określane są jako *program*, *magazyn* czy też *telewizja śniadaniowa*, należy wyjaśnić ich znaczenie i sposoby stosowania w tej pracy. Program, jak wcześniej wspomniałam, traktuję jako emitowany w poszczególnych pasmach czasowych element czy też część składową ramówki (STM). Z kolei

Magazyn jest formą wypowiedzi telewizyjnej cechującą się bardzo dużą liczbą realizacji, jedną z najczęściej występujących w telewizji. Należy niewątpliwie do gatunków o modułowej strukturze. Jest gatunkiem w formie kolekcji: tworzy strukturalnie i funkcjonalnie zwieńczoną kompozycyjną całość, na którą składają się gatunki względnie trwale współwystępujące i wyraźnie delimitowane.

SZKUDLAREK-ŚMIECHOWICZ, 2015: 397

Zatem *program* będzie hiperonimem względem *magazynu*, który precyzyjnie określa konkretny typ programu, spełniający powyższe kryteria. Na określenie programów śniadaniowych stosuję również formułę *telewizja śniadaniowa*, którą operuje się w pracach socjologicznych, zatem kiedy są one omawiane,

cytowane lub przywoływane, stosuję właśnie to wyrażenie. Dla uporządkowania terminologii tak, żeby nie pozostawiać wątpliwości, należy precyzyjnie określić, że właściwą nominacją gatunkową tego typu programu jest *magazyn*.

Charakterystyczną cechą programów śniadaniowych jest zatem ich budowa szkatułkowa, a nie tylko modułowa, jak w innych typach magazynów (BOGUNIA-BOROWSKA, 2009; DĄBROWSKA-CENDROWSKA, 2014). W szkatułce niektóre segmenty mają ramę delimitacyjną, ale są też takie, które pozostają otwarte. Wszystkie segmenty wkomponowane są w motyw/temat przewodni, czyli nadrzędny, określany w kompozycji szkatułkowej mianem stopnia pierwszego¹. W tej budowie można wskazać dwa typy segmentów: **stałe** i **okazjonalne**. Stałe stanowią w szkatułce stopień drugi, czyli dygresje, odnogi zaplanowane, ale niezwiązane lub częściowo związane z tematem głównym. Są powtarzalne i charakterystyczne dla każdego układu ramowego telewizji śniadaniowej. Należą do nich: wspomniana już czołówka, *flash/zajawka*, „jednozdaniowa informacja poprzedzająca szczegółowy opis” (WOLNY-ZMORZYŃSKI i in., 2006: 37), często jest to zapowiedź tego, co jeszcze będzie w programie – *headline* (SANAKIEWICZ, 2013: 23), serwis informacyjny, przegląd prasy, prognoza pogody, reklama, wywiad, przepis kulinarny, porada. Części stałe stanowią spetryfikowaną strukturę tego gatunku. Badacze najczęściej wskazują serwis informacyjny i prognozę pogody jako te segmenty, które szczególnie spajają fragmentaryczną budowę programu śniadaniowego (KOSTELECKA, 2010: 32). Segmenty okazjonalne stanowią w budowie szkatułkowej stopień trzeci, czyli epizodyczne, czasami niezaplanowane, wplatające się w drugoplanowe odnogi głównej fabuły. Te okazjonalne segmenty są uzależnione od osób prowadzących dany odcinek lub od gości, którzy nieoczekiwanie inicjują jakieś działania lub tematy, które nie mają stałego miejsca czy pory w programie, zatem są ruchome, epizodyczne lub spontaniczne. Dobrze obrazuje to przykład, kiedy w jednym z odcinków *Kawy czy herbaty?* Tomasz Stockinger – gość dnia, w trakcie trwania innych segmentów programu, które miały się odbyć bez jego udziału, podszedł do kącika kuchennego i tam rozmawiał z kucharką, próbując przy okazji różnych potraw. Ten fakt został uchwycony przez operatora kamery, który na moment pokazał studio w planie pełnym pomiędzy zakończonym felietonem a tuż przed rozpoczynającym się wywiadem. Dostrzegł to prowadzący, który odniósł się do tej sytuacji tak:

Robert Kantereit: W naszej kuchni pani Bożenka Sikoń trafia przez żołądek do serca pana Tomasza Stockingera, który jest dziś gościem porannej „Kawy”. Będziemy razem do godziny 8:00. A obok mnie pani Dorota Jaworska...

KcH, 1.09.2008

¹ Przywołuję tu elementy budowy kompozycji szkatułkowej za Wojciechem Piotrowskim, który omówił tę technikę kompozycyjną, zob. *Horyzonty światopoglądowe „Rękopisu znalezionego w Saragossie” Jana Potockiego*. Słupsk 1993, s. 27–28.

Ta żywa dyskusja Tomasza Stockingera i Bożeny Sikoń w kuchni oraz wspólne jedzenie spowodowało niezaplanowaną, krótką wizytę w kuchni. Moje przypuszczenia o spontaniczności tego działania, potwierdza fakt, że Stockinger i Sikoń byli wyraźnie tym zaskoczeni. Wskazywało na to nagłe przerwanie rozmowy, mimika twarzy oraz szybkie odłożenie jedzenia trzymanego w dłoni.

Za budową szkatułkową przemawia również fakt, że niektóre segmenty pojawiają się w czasie trwania programu kilka razy na zasadzie ciągu dalszego, czyli zamykają się wraz z zamknięciem całego magazynu lub tuż przed jego zakończeniem. Do takich segmentów należy prognoza pogody, w której podtrzymuje się efekt otwarcia formułami typu: „więcej o pogodzie w następnym wejściu” lub „o tym, jaka będzie pogoda na weekend powiemy później” itp. Drugim otwartym segmentem jest kącik kulinarny, w którym z kolei rodzi się efekt końcowy w postaci gotowego dania, które jest przygotowywane przez cały program, a każde wejście do kuchni pokazuje kolejne etapy powstawania potrawy. Innym przykładem może być segment pojawiający się w materiałach z 2008 roku, który nazywał się *Gość dnia*. Polegał na tym, że podczas trwania programu, co jakiś czas gospodarze wracali do swojego gościa i prowadzili z nim krótkie wywiady. Pożegnanie z nim następowało dopiero na zakończenie programu. Przedstawione przykłady pokazują, że w tym typie magazynu nie znajdują się wyłącznie linearnie następujące po sobie zamknięte i skończone jednostki, czyli moduły takie jak np. serwis informacyjny, konsultacje czy niektóre wywiady, lecz właśnie szkatułka, w której niektóre rozpoczęte wątki są zamykane dopiero po dwóch godzinach.

Typowe dla tego gatunku jest również połączenie materiałów studyjnych i plenerowych/korespondencyjnych realizowanych na żywo z materiałami wcześniej przygotowanymi, które emitowane są z nośnika.

Ministralki przypominają różnej wielkości klocki, które muszą pasować do pozostałych elementów w taki sposób, aby powstał poranny magazyn mający dynamikę i charakter dostosowany do zmieniającej się widowni.

DĄBROWSKA-CENDROWSKA, 2014: 23

Zatem moduły pozwalają na zadowolenie stałej widowni i niemęczenie jej reduplikacją. Tymczasem jednostka szkatułki powtarzająca się do 4/5 razy w programie zaspokaja widownię zmienną, gdyż tej może się trafić raz pogoda, przepis, porada, dany blok reklamowy lub zajawki.

Prezenterzy wspólnie z innymi ogniwami, głównie ikonicznymi (plansze, banery, logotypy), współtworzą ramę delimitacyjną. Każdy program rozpoczyna się bowiem od kilkudziesięciosiekundowej czołówki, w której zwykle prezentowane jest logo programu, prowadzący (rozmawiający w studiu, przygotowujący się do programu lub w różnych ujęciach uśmiechający się do widzów), zegar oraz dzingiel, który również ma walor kompozycyjny, gdyż pojawia się na

początku, na końcu programu oraz sygnalizuje przejścia między segmentami i przerwy reklamowe. Zaraz po czołówce będącej sygnałem wywoławczym, który przynosi widza w głębsze struktury programu (MROZOWSKI, 2009: 29), pojawia się w planie najpierw ogólnym, później pełnym para prowadzących, która czeka na przywitanie widzów i zapowiada tematy, które wystąpią w programie. Wyraźny jest również sygnał finalny tych magazynów, ponieważ na zakończenie spotkania gospodarze żegnają się z widzami i zapraszają na kolejny program. Każdy polski program śniadaniowy zbudowany jest z wielu, wymienionych wyżej segmentów, często zupełnie różnych tematycznie, które spajają prowadzący, utrzymując tym samym ciągłość odcinka. Ten typ programu charakteryzuje się rozpiętością tematyczną i bogatą paletą omawianych zagadnień, „jest więc połączeniem tematów poważnych z lekkimi, informacji, plotek, muzyki, drobnej publicystyki czy nawet autopromocji” (SANAKIEWICZ, 2013: 43), temat nie może być tu zatem wyznacznikiem gatunku.

W telewizji na śniadanie, bo taka kulinarna idea przyświeca telewizji śniadaniowej, (zob. SZYLKO-KWAS, 2012: 209) istotna jest nazwa programu, która zawsze kojarzy się z porą emisji oraz codziennymi porannymi czynnościami, np.: *Kawa czy herbata?*; *Pytanie na śniadanie*; *Dzień Dobry TVN*; *Wstajesz i wiesz*, *Poranek z TVP Info*; *Nowy dzień z Polsat News*. Zatem z jednej strony nazwa umiejscawia program w określonej porze dnia, z drugiej – wpisuje się w codzienność odbiorcy, który rano wstaje, pije – wedle rutyny zorientowanej kulturowo – kawę lub herbatę, je śniadanie, wedle wszelkich zaleceń dietetyków, i mówi komuś niejednokrotnie „dzień dobry”. W taki sposób zostały przedstawione potrzeby odbiorcy porannego pasma w spocie promocyjnym jesiennej ramówki TVN w 2015 roku, w której niski, ciepły głos lektora – narratora mówi:

Z początku nie jest łatwo. Myślisz o zapachu kawy, świeżego chleba, uśmiechu bliskich. O czymś, co pomoże przeżyć dzień. Dobrze mieć coś, co podniesie na duchu, doda skrzydeł, poderwie do lotu. Pocieszy, wskaże drogę, przypomni, co ważne. Sprawi, że wszystkie elementy zaczną pasować [...] TVN dla Ciebie².

Powyższy autotematyczny komunikat nadawcy wspaniale obrazuje, że telewizja śniadaniowa da odbiorcy to, czego stereotypowo rano potrzebuje. Zaopiekuje się nim, pomoże, poinformuje, pocieszy, rozbawi, doradzi. Ten komunikat może zostać również zinterpretowany jako zderzenie dwóch przestrzeni, w których znajduje się człowiek rano, czyli sferą intymną: łóżko (sypialnia), kuchnia, jadalnia, łazienka. Krzątanie się w tych przestrzeniach i poranny ruch, który przygotowuje nas do wejścia w drugą strefę: publiczną (forum, agora). Rano człowiek przekracza najważniejszą w dniu granicę, kiedy staje się dla świata. Odbiciem lustrzanym będzie natomiast wieczór, kiedy wraca do domu,

² Źródło: https://www.youtube.com/watch?v=lkOz3_0ecDg [dostęp: 4.01.2018].

do intymności i zamyka się na świat. W tym kontekście, telewizja śniadaniowa, która dla prowadzących program oraz ich gości stanowi strefę publiczną, dla widzów jest elementem przestrzeni intymnej.

Ważny zatem w telewizji porannej jest czas (BOGUNIA-BOROWSKA, 2009; KOSTELECKA, 2010; SZYLKO-KWAS, 2012; SANAKIEWICZ, 2013; DĄBROWSKA-CENDROWSKA, 2014) oraz codzienne potrzeby odbiorcy. W związku z tym nie dziwi fakt, że charakterystycznym atrybutem telewizji śniadaniowej jest zegar, który pojawia się już w czołówce programu i później nieustannie wyświetlany jest na obrzeżach ekranu telewizora, aż do końca programu, odpowiadając niejako widzom na pytanie: „Która godzina?”. Jest to eksponent tego gatunku, gdyż jak zauważa Jan Wietten i Mervi Pantti, oglądając telewizję, zwykle zapominamy o upływających minutach, tracimy poczucie czasu (WIETTEN, PANTTI, 2005; za DĄBROWSKA-CENDROWSKA, 2014: 18), w porannych pasmach jest zupełnie inaczej.

Czas jest wpisany w formułę programu i pieczołowicie się o nim przypominają. Są określone ramy czasowe, o której program się zaczyna i kończy, poszczególne segmenty również są skrupulatnie rozpisane w czasie, co potwierdza jeden z prowadzących tego typu program Jarosław Kuźniar:

To jest [podróż – E.T.] próba przestawienia się na zupełnie inne tempo, inny sposób patrzenia. Na to, by nie mieć ciągle słuchawki w uchu, w której ktoś mówi: jeszcze minuta i kończymy. A przecież dopiero, co zaczęliśmy rozmowę.

WITTENBERG, 2015: 1

Dyscyplina czasowa zapewne ułatwia pracę zarówno prowadzącym, producentom, jak i gościom, którzy przyjeżdżają na wskazaną godzinę. Czas również dynamizuje program, szybkie następowanie po sobie kolejnych bloków tematycznych, krótkie rozmowy oraz wielu gości w ciągu jednego programu powodują, że widz się nie nudzi. Telewizja śniadaniowa, zauważa Godzic, „to program bardzo dynamiczny a jednocześnie stabilnie zorientowany na przyszłość dnia dzisiejszego” (GODZIC, 2009: 247). Oprócz zegara w studiu znajdują się też inne atrybuty nawiązujące do czasu, które tworzą poranny obraz programu, np. kubki z kawą lub herbatą, pieczywo (rogaliki, bułki, bagietki), budzik i porozrzucane na stole gazety codzienne. Sceneria studia nawiązuje również do aktualnych wydarzeń z kalendarza, np. choinka, pisanki w świąteczne dni, a w tłusty czwartek – pączki. W telewizji śniadaniowej nie tylko zegar odlicza upływające sekundy, ale też prowadzący często odwołują się do czasu, mówiąc: „zostały nam dwie minuty do dziewiątej” lub „już za minutę nasz gość”, „za kilkanaście sekund wracamy” (tu następuje krótka przerwa na reklamę) lub „szczegóły pogody już za siedem sekund” itp. Warto też podkreślić tę precyzję i wręcz drobiazgowo wyliczenie czasu antenowego. Odwoływanie się do czasu liczonego w sekundach i minutach lub sformułowania typu: „Już niebawem

w programie...” czy „Za chwilę będziemy gościć w programie...”, pełnią funkcję fatyczną, czyli utrzymują kontakt z widzem i jego zainteresowanie od początku do końca programu. Na dążenie neotelewizji do uczestniczenia w życiu widza zwraca uwagę Loewe, pisząc:

Najjaskrawszym (pewnie w tym kontekście także negatywnym) przejawem nieustannej obecności telewizji u widza, ale i widza przy odbiorniku są: wysoka repetytywność niektórych zajętek w programie oraz wytworzenie sytuacji „już za chwileczkę, już za momencik” – czy zapowiada się program emitowany za kilka dni, godzin czy wreszcie istotnie za parę chwil.

LOEWE, 2004: 87

Z polifoniczności tego gatunku wynika również wielość celów komunikacyjnych, realizowanych równocześnie. Telewizja śniadaniowa informuje o rozmaitych wydarzeniach z kraju i ze świata, udziela rad i wskazówek, zachęca np. do zdrowego odżywiania, czyli do określonego stylu życia, „telewizyjnego” stylu życia, o czym pisałam wcześniej. Mobilizuje widza także do obejrzenia programu do końca, wyrażając to wprost „zostańcie państwo z nami” lub w atrakcyjny, zachęcający sposób opowiadając, co będzie później w programie i nie tylko, bo często gospodarze zapowiadają również to, co będzie w danej stacji telewizyjnej po południu lub wieczorem, co jest przejawem autotematyzmu telewizji (LOEWE, 2013a). Programy śniadaniowe kształtują również opinię publiczną przez selekcję i hierarchizację informacji, czyli stosują mechanizm agendy (GOBAN-KLAS, 2004), co z kolei jest przejawem władzy w dyskursie. Celem tego gatunku jest również oddziaływanie na odbiorcę przez wykorzystywanie rozmaitych środków impresywnych. Widz otrzymuje w jednej chwili komunikat polimodalny, charakterystyczny dla telewizji w ogóle, czyli słowo sprzęgnięte jest z obrazem i dźwiękiem. Podczas trwania porannych programów na ekranie telewizora oprócz akcji rozgrywanej w studiu – zazwyczaj rozmowy – pojawia się również nad wyraz dużo elementów graficznych: wspomniany już wcześniej zegar, logo, paski informacyjne, na których podawane są np. najważniejsze informacje dnia, wizytówki zaproszonych do studia osób, tablica z zapowiedzią kolejnych tematów i gości, te ostatnie przez wzgląd na funkcję zapowiadającą można określić mianem pre-tekstów (LOEWE, 2004: 88–89). Zatem widz porannych programów w tym samym momencie słucha rozmowy, ogląda obrazki i czyta informacje, często niezwiązane z tematem poruszonym w studiu. Celem telewizji śniadaniowej jest też promowanie rozmaitych produktów, usług i osób przez tzw. lokowanie produktu. „Jakaś połowa tematów w telewizjach śniadaniowych wynika jeśli nie z inspiracji rynku reklamowego, to z zainteresowania redakcji szukających zakotwiczenia tematu w markach na rynku” (KOZIELSKI, 2012: 48). Zatem z jednej strony reklama, z drugiej zaś autopromocja i autotematyzm, który przejawia się zapraszaniem do studia osób związanych z innymi

produkcjami danej stacji telewizyjnej, np. bohaterów seriali lub jurorów rozmaitych *show* emitowanych przez daną stację telewizyjną.

Istotnym elementem programu śniadaniowego są prowadzący, których można wskazać ze względu na omówioną wcześniej funkcję koherencyjną tocących się między nimi rozmów, jako najważniejszy komponent tego gatunku. Gospodarze są z widzami od momentu wejścia na antenę do samego końca, to oni tworzą atmosferę programu, dbają o widzów, pamiętają o nich, sygnalizując to formami typu: „zobaczcie państwo”, „słyszycie to państwo”, „na pewno niejeden nasz widz jest teraz zdziwiony”, przez co realizują funkcję fatyczną. Przeprowadzają widzów przez poszczególne części magazynu, pełniąc funkcję przewodników. Małgorzata Bogunia-Borowska zauważa, że prezenter to „postać absolutnie kluczowa i niezbędna do podtrzymania iluzji »bycia na żywo« całego programu” (BOGUNIA-BOROWSKA, 2009: 256). Prezenterzy porannych programów stanowią pomost między nadawcą instytucjonalnym a widzem. Z jednej strony są przedstawicielami medium, tworzą pewną kreację, realizują scenariusz programu, z drugiej jednak strony telewizja śniadaniowa daje dużą możliwość autorskiej realizacji całego programu, tym większą, im prowadzący jest bardziej popularny i lubiany przez widzów. Zatem poranny prezenter nie odgrywa swojej wyuczonej roli, tak jak robią to serialowi bohaterowie albo czytający serwisy informacyjne, którzy mówią tekstem scenopisu napisanym przez zupełnie inną osobę, tylko mówią swoim, indywidualnym językiem, są odpowiedzialni za kształt wypowiedzanego słowa. Dodatkowo prezenterzy poranków przedstawiają się prawdziwym imieniem i nazwiskiem, a nie fikcyjnym, powstałym na potrzeby roli. W programach śniadaniowych prowadzący opowiadają o swoim życiu prywatnym, o tym gdzie mieszkają, skąd pochodzą, o dzieciach, co znajduje potwierdzenie w ich notach biograficznych. Te wszystkie czynniki sprawiają, że dla widza jest to człowiek zupełnie rzeczywisty, naturalny, niewchodzący w rolę, a jedynie wykonujący swoją pracę i obowiązki z niej wynikające, co często podkreślał Kuźniar, mówiąc na antenie: „no taką mamy robotę”. Widzowie przywiązują się do prowadzącego, który staje się twarzą programu. Potwierdzeniem mogą być komentarze widzów, które pojawiły się na fejsbukowym profilu stacji 27 sierpnia 2015 roku po ogłoszeniu informacji, że Kuźniar odchodzi z programu *Wstajesz i wiesz*. Oto kilka z nich:

1. „Wstajesz i wiesz bez Kuzniara nie bedziejuz tym samym programem... szkoda.Jego inteligentna zlosliwoscbedziesiemarnowala w dzien dobry tvn”.
2. „Przestaję oglądać »Wstajesz i wiesz« bez Ciebie to już nie to samo!”.
3. „»Wstajesz i wiesz «prowadzone przez Pana Kuzniarawprowadzalo mnie w dobry nastrój nawet przy niepogodzie.Coż to za zmiana? awans czy degradacja ?Kuzniar wracaj na swoje krzesoleczko.Pozdrawiam.”.
4. „Tez chyba przestanę oglądać wstajesz i wiesz:-”³

³ <https://www.facebook.com/tvn24pl?fref=ts> [dostęp: 31.08.2015].

Przytoczone komentarze obrazują pozycję i rolę prowadzących programy śniadaniowe oraz więź stworzoną między prowadzącym – przedstawicielem danej stacji a widzami programu. Widzowie przywiązując się do prowadzącego, przywiązują się do programu, a w rezultacie – do stacji, jeśli nie w ogóle, to przynajmniej w porannym paśmie.

Gospodarze programów porannych to gwiazdy polskiej telewizji, jedni sławę i rozpoznawalność zyskali w programie śniadaniowym (np. Marcin Prokop, Dorota Wellman), inni, gdy zaczęli prowadzić tego typu program, byli już znaną twarzą telewizji (np. Jolanta Pieńkowska, Monika Zamachowska *primo voto* Richardson). Prezenterów poranków cechuje rozpoznawalność i/lub telegeniczność, czyli adekwatność osoby do pracy w telewizji (GRUZA, 1956: 19; za LOEWE, 2013c: 146). Ciekawe jest również to, że są tacy gospodarze poranków, którzy mają cechy (wizualne, akustyczne) dyskredytujące ich do pracy w telewizji, a mimo to są popularni. Zatem skłaniam się do stwierdzenia, że prymarną ich cechą powinna być naturalność, niewymuszone zachowanie i poczucie humoru, które sprawiają, że pasują do familiarniej codzienności kreowanej w studiu.

Specyfiką poranków jest również mobilne studio organizowane w czasie wakacji lub ferii zimowych, kiedy ekipa programu odwiedza różne miasta w Polsce i spotyka się z mieszkańcami, dając widzom możliwość spotkania się z nimi, bycia bliżej, uściśnięcia dłoni, zrobienia zdjęcia, otrzymania autografu, wyrażenia opinii.

Należy jeszcze zwrócić uwagę na ważny element charakteryzujący pracę dziennikarzy w paśmie porannym – specyficzna pora dnia. Program śniadaniowy trwający od dwóch do trzech godzin na żywo, wymaga od dziennikarzy predyspozycji do wzmożonej aktywności w godzinach porannych oraz dobrej kondycji psychiczno-fizycznej od świtu, o czym często mówią prowadzący poranki. O trudnościach pracy rano opowiadał w jednym z wywiadów Kuźniar:

Żaneta Gotowska: Widzimy Pana we „Wstajesz i wiesz” o 5:55. O której musi Pan wtedy wstać?

Jarosław Kuźniar: O 4.30 dzwoni pierwszy budzik [...].

Ż.G.: Około 6 na antenie jest Pan już w rytmie? Całkowicie rozbudzony?

J.K.: Bywają dni, że nie jestem w formie aż do 10:00. Tu nie da się inaczej. Za pięć szósta to wygląda mniej więcej tak. Wydawca radzi: „powiedz coś o pogodzie, pogadaj i pięć minut przeleci”. Jak słyszę „pogadaj”, to jest to największe wyzwanie i przekleństwo. Co można powiedzieć o tej 5.55, kiedy gęba się nie otwiera jeszcze tak, jak powinna. Myśli nie zbierają się tak, jakbyś chciał. To wszystko się bardzo powoli zaczyna.

GOTOWAŁSKA, 2014: 1

Pisała o tym również Iwona Schymalla, wieloletnia prezenterka programu *Kawa czy herbata?*:

Trwająca latami pobudka o trzeciej w nocy, aby poprowadzić program – zimą przed wschodem słońca, rujnuje naturalny rytm życia [...] Dla Widzów TVP1 dzień powinien zaczynać się od kawy i od *Kawy...*, ale ja kilka razy załamałam się przed wyjściem z domu. Proszę sobie wyobrazić – listopad, czwarta rano – ciemno, leje deszcz ze śniegiem, śmieciarki i pługi jeszcze w garażach, a ja wstaję, wpuszczam krople do załzawionych oczu i na szczytę!

SCHYMALLA, 2014: 64

Prowadzących programy na żywo musi również cechować odporność na stres oraz umiejętności reagowania na zaskakujące, nieoczekiwane sytuacje, np. niepojawienie się zaplanowanego gościa, na co wskazywał w rozmowie Paweł Pochwał, wieloletni prowadzący program *Kawa czy herbata?*. Agnieszka Kostecka wskazuje również na talent i medialne obycie gospodarzy poranków (KOSTECKA, 2010: 34).

Gospodarze programu zapraszają do siebie gości na kawę. Podczas takiego spotkania rozmawiają z nimi na różne tematy, a „widz jako obserwator, staje się częścią tego spotkania” (SZYLKO-KWAS, 2012: 210). Poczucie uczestnictwa odbiorcy w rozmowie wzmacniają narzędzia oferowane przez nadawcę: telefony do studia, mejle, komentarze na fejsbuku, czat itp. Dzięki technologicznej konwergencji mediów widz może odpowiadać na pytania zadane w studiu lub włączyć się do rozmowy, także ją komentować. Ciągłe zachęcanie do aktywności jest cechą charakterystyczną neotelewizji, której widz przestaje być biernym odbiorcą (CASETTI, ODIN, 1994). Efektem równorzędności w komunikacji między nadawcą a odbiorcą jest inicjowanie sytuacji biesiadowania przy wspólnym stole, które dopuszcza spoufalanie się z widzem i gośćmi w studiu. Ponadto programy śniadaniowe chcą imitować codzienność, zatem nie może dziwić fakt, że w studiu panują relacje równorzędne, familiarna atmosfera, a w wypowiedziach prowadzących – styl potoczny. Familiarność w telewizji śniadaniowej ma wymiar pozytywny, oznacza serdeczność i bezpośredniość w kontakcie z innymi, używanie języka nacechowanego emocjonalnie, a nie „bezceremonialność, zuchwałość, zadawanie obcym osobom zbyt prywatnych i osobistych pytań”, na co wskazywała Barbara Boniecka (BONIECKA, 2014: 141).

Telewizja śniadaniowa jest programem opartym na modnej od dłuższego czasu w mediach formule rozmowy (KITA, 2004: 171), zatem podstawowym typem wypowiedzi będzie dialog, czyli sytuacja komunikacyjna, w której biorą udział minimum dwaj partnerzy, przekaz kierowany jest do konkretnego uczestnika, a role nadawcy i odbiorcy są wymienne (LIGARA, RUSOWICZ, 1979). Drugim typem rozmowy, równie częstym, będzie ta oparta na formule polilogu, w którym bierze udział co najmniej trzech rozmówców (JACHIMOWSKA, 2005: 36). Polilog to mówienie symultaniczne wielu osób, podczas którego „wypowiedź uczestnika rozmowy może być repliką na replikę innego uczestnika, może nawiązywać do kilku replik równocześnie albo wprost dotyczyć hipertematu” (BONIECKA,

PAJDZIŃSKA 1980: 63–64). Zarówno dialog, jak i polilog konstruuja program, gdyż są to główne metody przekazywania treści. Jednak każda rozmowa w studiu jest prowadzona z myślą o telewidzu, zatem „jest zawsze kierowana zarówno na informację, jak i na prezentację osoby” (SANAŁIEWICZ, 2013: 26). Gościem w programie śniadaniowym, a co za tym idzie uczestnikiem rozmowy, może być każdy. W porankach oprócz rozmowy o funkcji spójnościowej i dominującej pojawia się również „gatunek wtórny realizowany z wykorzystaniem mechanizmów rozmowy” – wywiad, „czyli ukierunkowana rozmowa publiczna dziennikarza z ciekawą osobą, zwykle na określony temat” (KITA, 2004: 173). Często do studia zapraszani są znani sportowcy, aktorzy, muzycy, politycy, ale też rozmaici pasjonaci, z którymi czasami jeden z gospodarzy programu, innym razem oboje przeprowadzają wywiad. Warto już w tym miejscu zauważyć, że w tym gatunku często to para gospodarzy prowadzi rozmowę, co jest sytuacją szczególną, gdyż we wzorcu kanonicznym wywiadu jest jeden prowadzący.

Czasami wywiady są nagrywane poza studiem i emitowane w czasie programu z nośnika. Zarówno wywiady, jak i rozmowa przeprowadzana w formule na żywo, wymagają od dziennikarza refleksu, aktywnego słuchania swojego rozmówcy i reagowania na to, co powiedział interlokutor oraz współgospodarz programu, gdyż nie wszystko jest zaplanowane. O jednej z rozmów na żywo mówił Kuźniar:

Są rozmowy, do których przygotowuję się czytając, nie zapisując żadnych pytań. Są rozmowy, do których notuję tylko pierwsze pytanie, żeby mieć pewność w postawie, twarzy i głosie. Przygotowałem dla niej (posłanki) jedno takie, na które nie chciała odpowiedzieć. Czulem słysząc jej tembr głosu, widząc ją skuloną z telefonem, bo nie chciała włożyć słuchawki do ucha, że to nie pójdzie tak, jak sobie zaplanowałem. Pomyślałem, że jak ja zacznę wchodzić na jej tony i emocje, wypowiadać swoje zdanie ostrzej niż mógłbym, to przegram. Widz pomyśli, że krzyczałem na nią, a nie, że ona krzyczała na mnie.

GOTOWAŁSKA, 2014: 4

Rozmowa Kuźniara z panią polityk była transmitowana na żywo, lecz na odległość z mobilnego studia. Oboje się widzieli w monitorach, widzowie również ich widzieli. Relacja dziennikarza potwierdza to, że nie wszystko w programach symultanicznych jest zaplanowane. Oczywiście istnieje wiele rozmów i wywiadów przygotowanych wcześniej, w których gość zna pytania, dzięki temu może się też przygotować do rozmowy, jednak nawet w takich zaplanowanych sytuacjach, rozmówca pod presją kamer może zrobić coś nieoczekiwanego, na co gospodarze programu muszą być gotowi i odpowiednio zareagować. Drugą kwestią, którą ujawnia Kuźniar, jest to, że cały czas prezenter myśli o widzach, o tym, jak zareagują, jak zrozumieją i czy będą go nadal lubić. Zatem dziennikarz w sytuacjach konfliktowych powinien tak prowadzić rozmowę, żeby być

w tej sytuacji postrzegany jako „ofiara”, która jest atakowana przez „agresora” (szerzej na ten temat: TYC, 2014: 201–207).

Kolejnym typem interakcji obecnym w telewizji śniadaniowej, na który zwraca uwagę Małgorzata Kita są konsultacje. W takiej sytuacji komunikacyjnej jednym z partnerów w dialogu jest ekspert, specjalista w jakiejś dziedzinie, którego dziennikarz prosi w imieniu widzów o radę, wyjaśnienie lub komentarz (KITA, 2004: 179). Zarówno rozmowa, wywiad, jak i konsultacje stanowią budulec programów śniadaniowych. Za pomocą tych form komunikacji przekazuje się widzowi rozmaite informacje różnymi kanałami werbalnymi i pozawerbalnymi. Wszystkie omówione wyżej formy dialogowe odbywają się w rozmaitych konfiguracjach. Czasami w układzie binarnym, czyli para gospodarzy rozmawia ze sobą w układzie symetrycznym lub jeden gospodarz z pary rozmawia z gościem (ekspertem) w układzie niesymetrycznym, czyli dwa podmioty komunikacji prowadzą ze sobą dialog bezpośrednio lub za pośrednictwem innego medium (np. rozmowy audiowizualne). Charakterystyczne dla telewizji śniadaniowej są jednak rozmowy symultaniczne, w których uczestniczą więcej niż dwa podmioty, czyli polilog. Przez wzgląd na to, że większość programów śniadaniowych⁴ prowadzona jest przez dwóch prezenterów, którzy wspólnie rozmawiają z zaproszonymi do studia gośćmi, występowanie polilogów, czyli wielogłosu w rozmowie, w której pojedyncze repliki mogą być zrozumiałe tylko w kontekście, przerywanie, wchodzenie w słowo będzie tu dominujące i stanowiące cechę charakterystyczną dla tego gatunku. Wprowadzenie tego terminu do charakterystyki większości rozmów prowadzonych w telewizji śniadaniowej wydaje się niezbędne, ponieważ do tej pory zjawisko było dostrzegane, ale precyzyjnie nienazwane. Sanakiewicz pisał o „prowadzeniu wywiadu równoległego, czyli rozmowy z kilkoma osobami równocześnie” w telewizji śniadaniowej (SANAKIEWICZ, 2013: 26). Z kolei Kazimierz Wolny-Zmorzyński i Andrzej Kaliszewski w książce *Gatunki dziennikarskie...* wzmiankują jedynie o wywiadzie z kilkoma osobami, co „może być formą pośrednią między wywiadem dialogowym a dyskusją” (WOLNY-ZMORZYŃSKI i in., 2006: 117). W programach śniadaniowych dyskusja, czyli „symboliczne starcie różnych racji” (KITA, 2004: 174) i poruszanie problemu, który „powinien być aktualny, dzielący opinie, bulwersujący” (WOLNY-ZMORZYŃSKI, KALISZEWSKI, 2006: 117), będzie pojawiała się niezwykle rzadko ze względu na charakter tych programów, bo w „telewizji śniadaniowej panuje atmosfera swobody, niewymuszonego luzu i przyjacielskości. [...] Telewizyjne poranki bardzo różnią się od drapieżnej i agresywnej telewizji pasma popołudniowego i wieczornego” (BOGUNIA-BOROWSKA, 2009: 264). Należy zatem przyjąć, że w programach porannych występują rozmowy raczej

⁴ Wyjątkiem będzie program *Wstajesz i wiesz* w TVN24, który jest informacyjnym wariantem klasycznych programów śniadaniowych oraz program *Kawa czy herbata?*, w którym od 10.12.2012 r. do 30.08.2013 r. (koniec programu) obowiązywała formuła autorska i każdego dnia program prowadził jeden prezenter.

klasyczne, czyli dialogiczne, wywiady i konsultacje oparte na mechanizmie zarówno dialogu, jak i polilogu, ale wszystkie typy interakcji w dyskursie telewizyjnym motywowane i inicjowane są przez wzgląd na odbiorcę, który ogląda program. Stąd ważnym aspektem będzie podtrzymywanie kontaktu z widzem. Funkcja fatyczna przejawia się w pytaniach zadawanych widzom, np. w formie uzualnej: „Co państwo o tym sądzicie?” lub w formie wzorcowej: „Jaki państwo mają problem na swoich osiedlach?”, na które można odpowiadać, pisząc mejle, dzwoniąc, czatując lub pisząc komentarz na fejsbuku albo głosując w sondzie. Niektóre wypowiedzi pojawiają się na antenie, a wyniki sondy można poznać na końcu programu. Oprócz pytań gospodarze programu często kierują bezpośrednio do widza zwroty typu: „Czekamy na państwa opinie, zdjęcia, komentarze...”, „Musimy państwu zdradzić tajemnicę...”, „Muszą nam państwo uwierzyć na słowo, ale to jest pyszne...”, „Zobaczcie państwo sami”. Widzowie porannych programów często są zapraszani zarówno przez prezenterów, jak i gości w studiu na różnego rodzaju wydarzenia kulturalne, np. spektakle teatralne, filmy, koncerty: „Serdecznie państwa zapraszamy na ten spektakl. Już w przyszłym tygodniu premiera. Bilety są jeszcze dostępne. My też tam będziemy”. Zatem interakcje komunikacyjne w programach śniadaniowych pełnią funkcje tekstu (fatyczną, impresywną, ekspresywną, informacyjną, prezentatywną) oraz funkcje społeczne (eskapistyczną, obligatorywną, ludyczną). Należy jeszcze zaznaczyć, że segmenty dialogiczne/polilogiczne przeplatane są segmentami monologowymi takimi jak: serwis informacyjny, prognoza pogody i przegląd prasy. Najczystsza formą monologu o funkcji informacyjnej jest serwis wiadomości, który zwykle jest odczytywany, zatem wtórnie mówiony. W pozostałych dwóch typach dziennikarze wchodzi w dialog z widzem, zwracają się do niego, zadają mu pytania, zachęcając go do założenia płaszcza, przeczytania gazety/artykułu itp. Widz nieustannie jest angażowany, zachęcany, epatowany i kokietowany przez prezenterów porannych programów, którzy nie tylko są gospodarzami, wodzirejami, celebrytami, czasami ekspertami, autorytetami, gatekeeperami, którzy zarządzają informacją, ale też „znajomymi z sąsiedztwa”: Jarkiem, Anią, Dorotą, Marcinem, Pawłem lub nawet „Cegiełką” (o Agnieszce Cegielskiej⁵) albo „Wasyłem” (o Tomaszu Wasilewskim⁶).

Telewizja śniadaniowa informuje, bawi, docenia widzów, pozwala im dzielić się swoimi zdjęciami z wakacji, doświadczeniami, opiniami – interesuje się nimi i daje im przez to możliwość współtworzenia tego programu. Nie powinien zatem dziwić fakt, że niedoceniana kiedyś telewizja śniadaniowa, dziś rośnie w siłę (zob. GODZIC, 2009: 246; KOSTELECKA, 2010: 30), a prowadzący poranne programy to gwiazdy polskiej telewizji. O ich gwiazdorstwie świadczą otrzymani-

⁵ Agnieszka Cegielska jest prezenterką prognozy pogody w TVN Meteo, często zapowiada pogodę w programie *Wstajesz i wiesz*, w którym została nazwana przez Jarosława Kuźniara „Cegiełką” i widzowie na fejsbuku zaczęli tak ją nazywać.

⁶ Analogiczna sytuacja jak w przypadku Agnieszki Cegielskiej.

wane w licznych plebiscytach wyróżnienia („Wiktory”, „Telekamery”, „Nagroda Mediów Niptel”, „Viva” itp.).

W czasie, kiedy poranne pasma brylują na antenach telewizyjnych stacji, pierwszy ogólnopolski program śniadaniowy w Polsce *Kawa czy herbata?* 30 sierpnia 2013 roku zniknął z anteny, najprawdopodobniej bezpowrotnie.

Wykonana w tej pracy analiza jest zatem z trzech powodów prekursorska. Po pierwsze dlatego, że jest pierwszą specyfikacją *Kawy czy herbaty?* spośród innych, polskich programów śniadaniowych. Po drugie, dotychczasowe prace dotyczące poranków rejestrowały *Kawę czy herbatę?* jako program istniejący, aktualny, będący na antenie TVP1. W tej pracy *Kawa czy herbata?* jest programem, który przeszedł do historii. Jest to zatem twór tekstowy skończony, dlatego można mówić o jego cechach jako wzorcowych dla powstających po nim programów tego typu oraz scharakteryzować wewnętrzne przemiany i skomentować jego zwieńczenie telewizyjne. Wreszcie po trzecie, jest to pierwsza analiza dokonana z perspektywy tej dyscypliny.

Kawa czy herbata?

– dyskursowe studium programu



1. Charakterystyka programu

Kawa czy herbata?

Pierwszy program śniadaniowy, *Today (The Today Show)*, istnieje od 1952 roku do dziś i od początku realizowany jest przez NBC¹. Na rynku europejskim w 1983 roku w Wielkiej Brytanii pojawił się *BBC Breakfast Time*, a później *Good Morning Britain* (zob. więcej: KOSTELECKA, 2010: 30–31; SZYLKO-KWAS, 2012: 211; SANAKIEWICZ, 2013: 13–14).

W Polsce pierwszym ogólnopolskim programem śniadaniowym była *Kawa czy herbata?* (por. DĄBROWSKA-CENDROWSKA, 2013: 479). Pierwszy odcinek wyemitowano 31 sierpnia 1992 roku. Był to program nadawany od poniedziałku do piątku (w niektórych latach także w weekendy) zazwyczaj od 6:00 lub 6:30 do 8:00, 8:30 lub 8:45 przez dwadzieścia jeden lat, ostatni odcinek wyemitowano 30 sierpnia 2013 roku. Od 29 stycznia 2011 roku stworzono weekendową odsłonę programu: *Kawa czy herbata? – moja sobota* i *Kawa czy herbata – moja niedziela* emitowaną od 8:00 do 10:45, która miała stanowić konkurencję dla weekendowego pasma *Dzień Dobry TVN* emitowanego w tym samym czasie antenowym (BARAŃSKA, b.r.w.: 22).

Magazyn śniadaniowy *Kawa czy herbata?* był nadawany w TVP1 zwanej Jedynką. Program 1. Telewizji Polskiej ma charakter publicystyczno-informacyjny w opozycji do Programu 2., który jest z kolei nastawiony na treści rozrywkowe², zatem *Kawa czy herbata?* miała być programem śniadaniowym wpisującym się w charakter Jedynek. Projektowany odbiorca TVP1 to zarówno ten mieszkający w mniejszych miastach, na wsiach, jak i ten zamieszkujący największe miasta w Polsce. W *Kawie czy herbacie?* interesowano się zatem również sprawami lokalnymi, w przeciwieństwie do innych tego typu programów, np. *Dzień Dobry TVN*, który jest „kierowany głównie do widzów zamieszkujących metropolie” (SZYLKO-KWAS, 2012: 211). Ponadto wyniki analiz przeprowadzonych przez Macieja Mrozowskiego pokazują również, że „większość audycji w programach

¹ NBC – National Broadcasting Company, amerykańska sieć telewizyjna.

² Więcej o tym w załączniku do Uchwały Zarządu TVP S.A. nr 108/2005 z dnia 25 marca 2005 roku, traktującym o zasadach realizowania przez Telewizję Polską S.A. misji publicznej.

nadawcy publicznego (TVP1, TVP2) adresowana jest do ogółu odbiorców” (MROZOWSKI, 2010: 28), a nie do określonych grup. Potwierdzeniem tego są również wspomnienia Iwony Schymalli:

Następnym krokiem były programy plenerowe. Paweł [Paweł Pochwała – E.T.] zaproponował, aby ruszyć z kamerą w Polskę. **Polska wbrew spotykanym ciągle opiniom, to nie tylko Warszawa** [podkreślenie – E.T.]. Uznaliśmy, że stołeczna ławka rezerwowych szybko się skończyła, a przecież wszędzie są ciekawi ludzie. Mają swoje tęsknoty, problemy, pasje... Działaliśmy intuicyjnie. Nie znaliśmy tak dobrze jak dziś włoskiej telewizji RAI UNO – mojego prywatnego wzorca telewizji z Widzami i dla Widzów.

SCHYMALLA, 2014: 26

Misją programu było zarówno pokazywanie problemów ludzi, jak i przedstawianie uroków miast w całej Polsce, czyli tworzenie telewizji „z Widzami i dla Widzów”. Stąd też wziął się pomysł, aby program niemalże od samego początku był realizowany nie tylko w studiu, lecz także poza nim, mimo wielu ówczesnych trudności, np. braku małych wozów transmisyjnych z antenami satelitarnymi w bagażniku czy problemami z łącznością.

Pierwsze plenerowe wydanie *Kawy...* testowaliśmy w Trójmieście, latem i zimą 1994/1995 roku. [...] W lutym były dwa feryjne programy z Zakopanego – regionalny i narciarski. Latem 1995 roku po raz pierwszy zrealizowaliśmy serial „na żywo”. Co tydzień – polskie wybrzeże Bałtyku; programy z Kamienia Pomorskiego, Świnoujścia, Kołobrzegu, Łeby, Karwi [...] Pomysł spodobał się widzom, którzy czekali na każdą piątkową wakacyjną *Kawę*... Rok później były krzyżackie zamki i mazurskie porty żeglarskie.

SCHYMALLA, 2014: 26–27

Kawa czy herbata? już w latach 90. realizowała to, co do dziś jest popularne nie tylko w programach śniadaniowych, ale w ogóle w telewizji, czyli programy w plenerze (zob. fot. 2³). Dla porównania poranny program *Wstajesz i wiesz* w TVN24 dopiero w 2014 roku w weekendy realizował program z kurortów narciarskich w Polsce, które nazwał *Wstajesz i ferie*, był on prowadzony przez Jarosława Kuźniara i prezenterów pogody: Agnieszkę Cegielską oraz Tomasza Wasilewskiego (wymienne). To samo powtórzono latem, *Wstajesz i wakacje*, czyli weekendowe, wyjazdowe programy.

Na wartość programów plenerowych zwracał uwagę również Jerzy Kisielewski, wieloletni prezenter *Kawy czy herbaty?*, który twierdził, że dają one możliwość pokazania „urokliwych miejsc, o których istnieniu widz nie zdaje sobie sprawy. Dodatkową wartością tych audycji jest żywy człowiek”.

³ Wszystkie kolejne zdjęcia i cytaty będą opisywane skrótem KcH, czyli *Kawa czy herbata?* i datą programu.

Według Kisielewskiego w programach plenerowych „podpatruje się życie i daje się odbiorcom możliwość przyjrzenia się z bliska codziennej pracy na planie” (BARAŃSKA, b.r.w.: 46).

Fot. 2



Źródło: KcH, 7.06.2010 r.

Twórczynią programu oraz pierwszą i wieloletnią szefową *Kawy czy herbaty?* była Halszka Wasilewska. Z kolei pomysłodawcą programu i autorem nazwy był Janusz Zaorski, ówczesny Prezes Telewizji Polskiej. Zaorski z okazji 20-lecia programu opowiadał o jego początkach:

Przed wszystkim nie było w ogóle takiego programu. Muszę powiedzieć, że to były dość luksusowe warunki, dopiero raczkującej konkurencji więc myśleliśmy się przygotowywali. Kiedy zostałem mianowany prezesem, pojechałem do szefów najważniejszych stacji telewizyjnych, publicznych na świecie, czyli do Japonii i do Niemiec i się spytałem, co w wypadku takich zagrożeń trzeba robić? Oni mówią: Musisz przed wszystkim stworzyć coś, co jest twoje [...] i ja na gwałt jako reżyser [...] zacząłem wymyślać różne programy [...], bo uważałem, że coś fajnego powinno być w tym, że człowiek się budzi rano i jest pozytywnie nastawiony do świata. A myśmy starali się tych ludzi zmobilizować, żeby byli mobilni, dynamiczni, skuteczni, żeby weszli w dzień aktywnie.

KcH, 27.08.2012

Wasilewska podkreślała, że przede wszystkim miał być to program „nasz” (polski). Na początku analizowano, czym różni się widz polski od amerykańskiego i japońskiego, czego oczekuje polski widz rano? Co może się rano podobać, a co nie? Zatem twórcy *Kawy czy herbaty?*, tworząc autorską wersję poranka skrojoną na miarę polskiego odbiorcy, analizowali i inspirowali się programami zagranicznymi, szczególnie programem *Good Morning America* (SCHYMALLA, 2014: 22). Ważną informacją jest to, że nie był to format kupiony na prawach licencji, czyli nie był kalką programu zagranicznego, a jego scenariusz nie był ograniczony wytycznymi wynikającymi z formatu.

W wypowiedzi dla Onet.pl Wasilewska zarysowała swoistą instrukcję stworzenia magazynu śniadaniowego:

Przepis na „Kawę czy herbatę” zamyka się w kilku prostych elementach: szybkie tempo, bo widzowie spieszą się do pracy, dbałość o słowo, bo widzowie jedynie

zerkają na ekran telewizora podczas porannej krzątania, ciepły nastrój i raczej dobre niż złe wieści, bo rano widz czeka na zastrzyk pozytywnej energii⁴.

Patrząc na współczesne polskie programy śniadaniowe, przepis Wasilewskiej wydaje się ponadczasowy i uniwersalny. Stanowi bowiem skondensowaną charakterystykę poranków.

Pierwszymi prowadzącymi *Kawę czy herbatę?* byli: Agnieszka Rosłoniak, Zbigniew Krajewski, Krzysztof Kotowski, Piotr Gembarowski, Monika Luft, Krzysztof Dłużyński⁵. Premierowy odcinek prowadzili Agnieszka Rosłoniak i Zbigniew Tomasz Białoszewski.

⁴ Wypowiedź dla Onet.pl opublikowana 15.05.2007 r., <http://wiadomosci.onet.pl/3000-porankow-z-programem-kawa-czy-herbata/5mt8s> [dostęp: 31.06.2015].

⁵ Pełna lista prowadzących zamieszczona jest w aneksie.

2. Zagadnienia szkatułkowej budowy i polimodalności

W celu uporządkowania opisu ogromnego materiału audiowizualnego programu *Kawa czy herbata?* wykorzystany zostanie schemat zaproponowany przez Marię Wojtak, który badaczka stworzyła do charakterystyki gatunku, wydzielając cztery jego aspekty: strukturalny, pragmatyczny, stylistyczny, poznawczy (WOJTAK, 2004: 29–39). Jednak należy mocno podkreślić, że ten schemat jest narzędziem, które w tej pracy będzie zastosowane do opisu dyskursu, a nie tylko gatunku, dlatego będzie on czasami modyfikowany.

W aspekcie strukturalnym Wojtak proponuje opisać model kompozycyjny, a więc ramę tekstową, podział na segmenty i relację między segmentami. Przez wzgląd na to, że analizie zostaje poddany materiał audiowizualny, to w tym aspekcie będzie opisana nie tylko rama tekstowa, lecz także wizualna i audialna.

Program *Kawa czy herbata?* rozpoczynał się o godzinie 6:00 lub 6:30 i, jak zauważył Zaorski w cytowanym wywiadzie, „na tym polega jej urok”. Jest to pewna odmiennność w stosunku do innych programów śniadaniowych (*Pytanie na śniadanie*, *Dzień Dobry TVN*), które zaczynają się później. Odnosi się do tego również Wasilewska:

Te wszystkie tzw. telewizje śniadaniowe, które zaczynają się po nas, później [...] są bądź dla kobiet niepracujących bądź dla urzędników i to tych z Urzędów Centralnych, gdzie zaczyna się pracę 8:30–9:00. A my jesteśmy dla wszystkich.

KcH, 27.08.2012

Zatem wyróżniającą cechą programu na tle innych była pora emisji. Obecnie programem nadawanym w tym samym paśmie jest informacyjny wariant porannej telewizji *Wstajesz i wiesz* w TVN24, który na antenie jest od momentu powstania kanału TVN24, czyli od 2001 roku, *Poranek Info* w TVP Info emitowany od 2007 roku oraz *Nowy dzień z Polsat News* emitowany od 2008 roku.

Delimitatory programu

Kawa czy herbata? zaczynała się czołówką, która zmieniała się na przestrzeni lat. Na podstawie zgromadzonego materiału nie można jednoznacznie wskazać kiedy to następowało. Przemiany w większości nie były podyktowane porą roku, takie zjawisko można jedynie wskazać w roku 2009, kiedy pojawiła się czołówka letnia i jesienno-zimowa. Przekształcenia nie były też podyktowane świętami czy kolejnym rokiem istnienia programu. Zatem można założyć, że zmiany wynikały z chęci odświeżenia ramówki i dostosowywania jej do panujących trendów, co obrazuje poniższe zestawienie. Warto zauważyć, że modyfikacje były radykalne, a nie tylko kosmetyczne (o tym później). Ostatnia zmiana czołówki nastąpiła 24 stycznia 2011 roku i obowiązywała do ostatniego odcinka. Wprowadzono wówczas coś w rodzaju startera, czyli pierwszej planszy, która pojawiała się przed czołówką, z oddzielnym sygnałem dźwiękowym różnym od dzingla. Sygnał towarzyszący pierwszej planszy został stworzony na kształt sygnału rozgłośni radiowej i podobnie jak w radiu pojawiał się w ciągu trwania programu i sygnalizował np. przerwy reklamowe (fot. 3).

Fot. 3



Źródło: KcH, TVP1, 30.06.2011 r.

Zaprezentowana plansza pojawiała się również w studiu w ciągu trwania programu i stanowiła jeden z dwóch elementów wystroju nawiązujących do czołówki (fot. 4).

Fot. 4



Źródło: KcH, TVP1, 30.06.2011 r.

Drugą planszą nawiązującą do czołówki, która została wkomponowana w wystrój studia, była ta eksponująca nazwę programu (fot. 5).

Fot. 5



Źródło: KcH, TVP1, 28.03.2012 r.

Przez wzgląd na to, że obie plansze pochodziły z jednej czołówki, nie dziwi fakt, że filizanki na jednej planszy nawiązywały kolorystycznie do jabłka z drugiej planszy. Obie plansze wkomponowane były w wystrój studia niezmiennie do 2013 roku.

Poniżej zaprezentowane zostały czołówki z różnych lat¹ (fot. 6).

Fot. 6



Źródło: KcH, Archiwum TVP1, 22.02.1994 r.



Źródło: KcH, Archiwum TVP1, 22.02.1996 r.

¹ Zaprezentowane zestawienia to jedynie trzy ujęcia z omawianych czołówek: początkowe, środkowe i końcowe, zatem nie obrazują w pełni wszystkich elementów, które się w nich pojawiały. W tej czołówce wyjątkowo, przez wzgląd na urwane nagranie, zaprezentowane zostało pierwsze ujęcie oraz dwa środkowe, brakuje ostatniego ujęcia. Zielona kropka widoczna w lewym, górnym rogu ekranu jest oznaczeniem obowiązującym od 15.08.2005 r., które informuje widzów, że w programie jest przedstawiony pozytywny lub neutralny obraz świata, co oznacza, że program mogą oglądać dzieci.



Źródło: KcH, Archiwum TVP1, 14.05.2001 r.



Źródło: KcH, TVP1, 01.09.2008 r.



Źródło: KcH, TVP1, 28.07.2009 r.



Źródło: KcH, TVP1, 4.12.2009 r.



Źródło: KcH, TVP1, 10.06.2010 r.

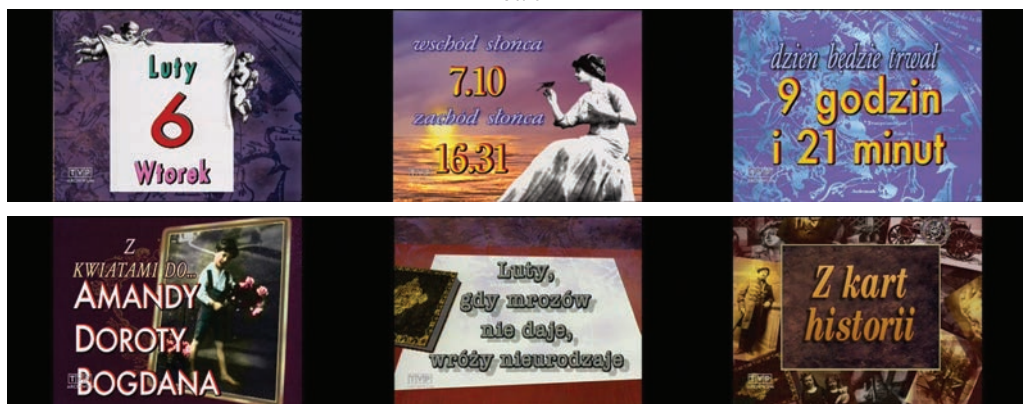


Źródło: KcH, TVP1, 1.07.2011 r.

Wraz ze zmianą czołówki zmieniał się również towarzyszący jej dźwięk i logo programu. Mimo iż czołówki były znacząco modyfikowane, można wskazać w nich składniki stałe, takie jak: zegar w rozmaitych wariantach (budzik, zegar tarczowy lub godzina wyświetlana w lewym lub prawym dolnym rogu ekranu odliczająca czas programu) i pojawiające się zawsze na końcu logo programu. Częstymi elementami były również filiżanki i kubki, z których zrezygnowano jedynie na 3 lata (2008–2010) oraz wschodzące słońce. Czasami w czołówkach występowali prowadzący (o tym szerzej w kolejnym rozdziale).

Czołówki programu do połowy 1996 roku trwały około 2 minut. W tym okresie oprócz części rozpoczynającej, czyli tej z logo programu, trwającej około 30 sekund, którą na potrzeby tego opisu będę określać czołówką właściwą, występowało około trzynastu telepiśmiennych plansz, które następowały kolejno po sobie. Na nich znajdowały się informacje o dacie, imieninach, kalendarium itp. (fot. 7).

Fot. 7



Źródło: KcH, Archiwum TVP1, 6.02.1996 r.

Planszom towarzyszył podkład muzyczny, który był inny niż dźwięk z czołówki właściwej. W drugiej połowie 1996 roku podkład został zamieniony na głosy prowadzących, którzy odczytywali tekst zamieszczony na planszach. Zatem najpierw pojawiała się czołówka właściwa z dźwiękiem, później plansze

z głosem prowadzących w tle, a dopiero po około 2 minutach odbiorca mógł zobaczyć prowadzących. Poniżej przykład (fot. 8 i 8a²):

Anna Popek: Jest poniedziałek czternasty maja. W *Kawie czy herbatce?* witają państwa Anna Popek
Marcin Zimoch: i Marcin Zimoch.

Fot. 8



Źródło: KcH, Archiwum TVPI, 14.05.2001 r.

A.P.: Słońce weszło już o 4.43, zajdzie 22 minuty po 20.

M.Z.: Co oznacza, że dzień będzie trwać 15 godzin i 39 minut.

A.P.: I będzie dłuższy od najkrótszego dnia w roku o 7 godzin i 57 minut. Imieniny obchodzą dziś Bonifacy i Dobiesław.

M.Z.: Serdeczne życzenia. Wszystkiego najlepszego!

A.P.: Istota, którą człowiek najmniej zna, której zawsze dowierza, która prawie zawsze go zdradza, to ona sam. Te słowa Stefana Witwickiego są naszą sentencją na dziś.

M.Z.: Poważnie się zrobiło.

A.P.: Tak, zaglądamy do kalendarium. 274 lata temu urodził się Thomas Gainsborough, angielski malarz autor wielu portretów i pejzaży o bogatej kolorystyce. Na zdjęciu portret córki malarza – Marry.

M.Z.: 104 lata temu urodził się Sidney Bechet, amerykański muzyk, zwany ojcem jazzu.

A.P.: 89 lat temu zmarł August Strindberg, twórca nowoczesnego dramatu szwedzkiego, prekursor ekspresjonizmu.

M.Z.: A 80 lat temu urodził się znakomity aktor Stanisław Jasiukiewicz. Widzą go państwo w scenie z filmu *Hrabina Cosel*.

A.P.: 73 lata temu urodził się wybitny rzeźbiarz Władysław Hasior. Na zdjęciu jego „Czarny krajobraz”.

M.Z.: I całkiem niedawno, 43 lat temu, urodził się Andrzej Grubba, tenisista stołowy m.in. Mistrz Świata w osiemdziesiątym roku i Europy w osiemdziesiątym drugim.

² Każdej wypowiedzi towarzyszy inna plansza.

A.P.: Składamy najserdeczniejsze urodzinowe życzenia panu Andrzejowi. I na koniec jeszcze raz przypominamy: 14 maja, poniedziałek.

KcH, 14.05.2001

Fot. 8a



Źródło: KcH, Archiwum TVP1 14.05.2001 r.

W przytoczonym przykładzie gospodarze przeprowadzali widzów przez poszczególne plansze, nawiązując w wypowiedziach do obrazów wyświetlanych na ekranie oraz komentując je. Taka formuła nie występowała w programach od 2008 roku, zredukowano całość prezentowanych plansz do czołówki właściwej trwającej około 30 sekund. Przez wzgląd na brak materiałów z lat 2002–2007 nie można precyzyjnie określić roku, w którym zrezygnowano z dłuższej formy czołówki.

W programach z 2008 roku zrezygnowano z podawania informacji, które znajdowały się na planszach, ale od 2009 roku zaczęto do tego wracać, choć w zmienionej formule. Niektóre informacje podawali prowadzący, którym towarzyszyły kadry np. z teledyskami solenizantów. Przykładem może być program z 2 grudnia 2009 roku:

Paweł Pochwała: Imieniny Balbiny, jakie to piękne imię – Balbina.

Agata Konarska: Uroczę.

P.P.: Pauliny i Piotra. Proszę państwa, to jest państwa dzień. Wszystkiego najlepszego państwu składamy.

A.K.: Najlepsze życzenia składamy również tym wszystkim, którzy obchodzą dziś urodziny, a 2 grudnia urodziła się m.in. Nelly Furtado. Kanadyjska piosenkarka i kompozytorka portugalskiego pochodzenia. Urodzona w Victorii w dzielnicy, w której mieszkało bardzo wielu emigrantów z Azji i Afryki i stąd taki niepowtarzalny i charakterystyczny styl, jak zawsze podkreśla, taka mieszanica kultur i różnych gatunków muzycznych. Ostatnio Nelly Furtado, po raz kolejny, trochę zaskoczyła, ponieważ wydała płytę, na którym znajdziemy yy..., na której znajdziemy 12 utworów hiszpańsko, zaśpiewanych w języku hiszpańskim. Nelly Furtado 2 grudnia obchodzi dziś urodziny [w trakcie opisu wokalistki na ekranie prezentowany był teledysk N. Furtado – E.T.].

P.P.: Ale druga dzisiejsza jubilatka, [solenizantka – E.T.] proszę państwa, to nie miesza raczej stylów. To jest po prostu kultura pop.

A.K.: Księżniczka popu jak mówią o niej.

P.P.: Księżniczka Britney Spears dzisiaj, proszę państwa, obchodzi 28 urodziny. Specjalnie to podkreślam, ponieważ jest to ciągle bardzo młoda osoba, a pomimo swego bardzo niewielkiego jeszcze wieku była już w kulturze pop wszędzie. Była na szczycie, potem była na dnie.

A.K.: Co obserwowaliśmy wszyscy.

P.P.: No właśnie. Teraz się znowu wspina na szczyt. Myślę, że nasi młodzi, młodszy widzowie mają wiele do powiedzenia eee... na temat tego, co i jak wiele w ich życiu Britney Spears znaczy. No posłuchajmy przez moment [teledysk – E.T.].

A.K.: Britney Spears i Nelly Furtado dwie gwiazdy muzyki pop obchodzą dziś urodziny. A my z ogromną przyjemnością przypominamy państwu, informujemy, że dziś o godzinie 7:24 wstanie dopiero niestety słońce. Zajdzie o godzinie 15:27, a to oznacza, że dzień potrwa 8 godzin i 3 minuty.

Fot. 9



Źródło: KcH, 2.12.2009 r.

P.P.: I przypominamy państwu, że nasz program trwa do godziny 8:45.

Przytoczony przykład pokazuje, że gospodarze programu, podobnie jak w 2001 roku, informowali o imieninach, pojawiało się kalendarium, najczęściej przywoływane były osoby żyjące współcześnie, rzadziej przedstawiane były informacje o postaciach historycznych. Prowadzący podawali również godzinę wschodu i zachodu słońca oraz długość trwania dnia. Informacja o wschodzie i zachodzie słońca była również widoczna w chmurce, co zostało ujęte na zdjęciu. Z kolei w programach z 2010 roku znowu nie można było odnaleźć żadnych informacji z teledziennych plansz, które ponownie wróciły od drugiej połowy 2011 roku i były stałym elementem programu aż do 2013 roku (fot. 10).

Nie były już przedłużeniem czołówki, jak w latach 90., gdyż pojawiały się zaraz po przywitaniu widzów i po zapowiedzi programu, która stała się przez to krótsza. Przybrały one również inną formę graficzną, co widać na zestawieniu zdjęć nr 10.

Fot. 10



Źródło: KcH, 29.06.2011 r.

Różnicą jest również to, że informacje wyświetlone na planszach czytał lektor³, a nie prezenterzy. Ten element stworzył swoistą klamrę między pierwszymi a ostatnimi latami emisji programu. Telepiśmienne plansze z kalendarium, z informacjami o wschodzie i zachodzie słońca, były charakterystycznym elementem *Kawy czy herbaty?* wyróżniającym ten program spośród innych polskich poranków. Podkreślają to również gospodarze programu:

Agnieszka Szulim-Badziak: Ale na początek bardzo ważne informacje, bez których no nie wyobrażamy sobie początku naszego programu [i podawane są informacje z kalendarium – E.T.].

KcH, 4.12.2009

Można mieć wrażenie, że w latach 1994–2001 plansze w czołówkach były przypadkowe, niespójne. Każda plansza była zupełnie inna – różniły się kolorem tła, deseniem, czcionką. Czołówka właściwa w tych latach imitowała dom, w którym był przeciętny pokój, filiżanki na tacy. Wszystko było utrzymane w stonowanej, monochromatycznej kolorystyce beżu i brązu. W latach 2008–2009 nastąpiła zmiana w kolorystyce czołówek, stały się jaskrawe, wyraziste, ale też nienaturalne. Czołówka pokazywała kolorowe miasto wraz z postaciami, których sylwetki sugerowały, że są to prowadzący program. Na tle miasta zarysowywało się studio, a nie pokój. W roku 2009 wcześniejsze animowane i anonimowe budynki przedstawione techniką 3D zostały zmienione na nowy

Fot. 11



Źródło: KcH, 2010 r.

³ Lektor określany jest w żargonie telewizyjnym „głosem z offu”.

budynek TVP. Natomiast czołówka z 2010 roku prezentowała modę na poranne bieganie (fot. 11) oraz inne aktywności sportowe takie jak: golf czy snowboard. W tych latach pojawił się również pasek z informacjami, który znajdował się na dole ekranu. Obrazował trend w telewizji na telepiśmienne plansze i paski.

Czołówka wprowadzona w 2011 roku prezentowała wiele nowych trendów: kolorowy owoc widoczny w starterze mógł sugerować napój typu *smoothie*. W filiżankach pojawiły się herbaty owocowe, czerwone, zielone (fot. 12), kawa była zdobiona wzorami („latte art” fot. 13), a kubek papierowy obrazował z kolei modę na *coffee to go* (fot. 14). Radykalnie zmieniła się również kolorystyka. Dominowało białe tło oraz czarne, odręczne napisy (widoczne na fotografiach nr 12, 13, 14), czyli minimalizm.

Fot. 12

Fot. 13

Fot. 14



Źródło: KcH, 29.06.2011 r.

Czołówki na przestrzeni dwudziestu lat były coraz krótsze, bardziej dynamiczne oraz za pomocą drobnych elementów odzwierciedlały ówczesne trendy.

Kolejną ważną kwestią jest przywołanie słowne widzów przez prowadzących. Gospodarze takich programów są zawsze pełni energii, uśmiechnięci i mimo wczesnej pory gotowi (ubrani, umalowani, uczesani) do pracy. Tak samo było w przypadku *Kawy czy herbaty?*. Formuły werbalne rozpoczynające i kończące zarówno cały program, jak i jego poszczególne segmenty były rozmaite. Warto zaznaczyć, że delimitatory są tekstami projektowanymi przez wzgląd na adresata porannego pasma, dlatego jest w nich przyjęta określona perspektywa i punkt widzenia. Dodatkowo są to wypowiedzi gospodarzy programu, którzy często tworzą tekst *ad hoc*, zatem są pierwotnie mówione. Zaliczyć je należy również do grupy tekstów autopromocyjnych nadawcy, gdyż zapowiadają to, co będzie w programie oraz to, co nastąpi w danej stacji później.

Do najistotniejszych środków formalnych, za pomocą których wyraża się spójność strukturalną, należą delimitatory tekstowe: zewnętrzne wobec tekstu przedmiotowego (zasadniczego, referencjalnego), często o charakterze ramowym, zależne od formy komunikatu (mówionej – pisanej) i od cech gatunkowych tekstu [...] oraz delimitatory wewnętrzne, dzięki którym dokonuje się wewnętrznej segmentacji tekstu.

SKZUDLAREK-ŚMIECHOWICZ, 2010: 62

Delimitatory inicjalne i finalne zarówno całego programu, jaki i poszczególnych jego segmentów są spetryfikowanymi elementami w strukturze tego gatunku, gdyż są składnikami obligatoryjnymi przez wzgląd na szkatułkowy, czyli stanowiący strukturę (megastrukturę), na którą składają się ministruktury, np. gatunki (BOGUNIA-BOROWSKA, 2009: 260), charakter programu.

Werbalne sygnały początku programu

1. Anna Popek: **Witamy państwa** bardzo serdecznie. **Witamy** widzów w Polsce. **Witamy** widzów za granicami naszego kraju. Dzisiaj, jak państwo już zauważyli...

KcH, 14.05.2001

2. Paulina Chylewska: **Witamy** w nowej, odświeżonej, odmienionej, ale jak zawsze smacznej i mam nadzieję, pobudzającej *Kawie czy herbacie?*, Paulina Chylewska.

Robert Kantereit: Robert Kantereit. **Witamy państwa!** I proszę nas dziś oglądać uważnie, jako że mamy nowe mieszkanie: nowe ściany, nowe meble, nowa kuchnia, nawet mapa pogody, którą państwo widzą...

KcH, 1.09.2008

3. [uderzenie w perkusję przez prowadzącego – E.T.] Paulina Chylewska: **Dzień dobry!** Zaczynamy mocnym uderzeniem *Kawę...* 1 grudnia. Dziś Światowy Dzień AIDS, a prowadzą ten program dla państwa, perkusista, chciałoby się rzec, Marek Zając

Marek Zając: i Paulina Chylewska, która miała zatańczyć, ale nie zatańczyła, ale nieprzypadkowo zaczęliśmy od tego mocnego uderzenia, bo dzisiaj będziemy gościli wielu młodych artystów.

KcH, 2.12.2009

4. Aleksandra Rosiak: **Dzień dobry!** Minęła godzina 6:00. **Witamy** w programie *Kawa czy herbata?* Ola Rosiak

Piotr Maślak: i Piotr Maślak. Wyjątkowo gorąco zaczął się ten dzień. Przynajmniej w Warszawie już jest upalnie. Mam nadzieję, że uda nam się tę pogodę i tę atmosferę podtrzymać wśród państwa, a naprawdę będzie u nas w studio gorąco, bo pojawi się u nas między innymi Halina Frąckowiak.

KcH, 10.06.2010

5. Agata Konarska: **Dzień dobry.** Puk, puk to już godzina 6:00. **Witamy** państwa bardzo, bardzo serdecznie w dniu wyjątkowym, bo dziś 1 lipca 2011 roku to data, którą będziemy pamiętać.

Marek Zając: Bo my, my Polacy przejmujemy prezydenturę w Unii Europejskiej, to naprawdę wielkie wydarzenie, dlatego zapraszamy dziś państwa na europejskie śniadanie.

Agata Konarska: To rzeczywiście dzień wyjątkowy, bo dzieje się to w naszej historii po raz pierwszy.

KcH, 1.07.2011

6. Anna Matusiak: **Dzień dobry. Witamy** wszystkich, którzy właśnie otworzyli oczy i postanowili, zresztą bardzo słusznie, przywitać dzień z *Kawą czy herbatą?*.

Grzegorz Miśtał: No właśnie. Bardzo nas to cieszy, że dzisiejszy dzień rozpoczyna państwo razem z nami. Przed nami wiele ciekawych tematów, wielu interesujących gości.

KcH, 28.03.2012

Powyższe przykłady pokazują, że formuły inicjalne w *Kawie czy herbatcie?* były rozbudowane, co jest charakterystycznym elementem tego gatunku. Złożoność wypowiedzi rozpoczynających program wynika z tego, że oprócz zwrotu powitania i zwrotu adresatywnego „Państwo”, przedstawienia się prezen-terów, pojawia się również zapowiedź tego, co nastąpi w programie. Pre-tekst (LOEWE, 2004: 85–103) to kolejny stały element charakterystyczny dla tego gatunku, który można zaliczyć również do symptomów początku programu, czyli informacji niezwerbalizowanych o granicach tekstu. Wszystkie wymienione elementy służą delimitacji, czyli są wyrażeniami leksykalnymi o charakterze metatekstowym, które informują o początku i końcu tekstu.

W przytoczonych przykładach pojawiają się dwa zwroty powitalne, które zostały zaznaczone. Pierwszy z nich to „witamy”, który Małgorzata Marcjanik zalicza do grupy nieoficjalnych, zatem tych wariantów powitania, z których można skorzystać, kiedy jest się z kimś na „ty”. Drugi zwrot to „Dzień dobry”, czyli forma uniwersalna pasująca zarówno w relacji pan/pani, jaki i w relacji na „ty” (MARCJANIK, 2009: 42–43). Często oba zwroty pojawiają się łącznie w jednej wypowiedzi: „Dzień dobry! Minęła godzina 6:00. Witamy w programie”. Ten redundantny komunikat może być podyktowany z jednej strony chęcią utrzymania stylu oficjalnego wynikającego z instytucjonalnego charakteru telewizji, a z drugiej – tworzeniem familiarności w studiu poranka. Oprócz zwrotów powitalnych do sygnałów delimitacyjnych, które informują o początku programu, zaliczyć można również wyrażenia metatekstowe: „zaczynamy”, „dzisiaj wyjątkowo gorąco zaczął się ten dzień”.

Tekst powitania rozpisany jest z podziałem na role tak, aby każdy prowadzący mógł przywitać się z widzami i zaprezentować się. Zatem delimitatory inicjalne są okazją do autoprezentacji prowadzących.

Gospodarze programu są ze sobą w relacji na „ty”, do widzów zwracają się formułą obowiązującą w relacji oficjalnej asymetrycznej: „państwo”. Czasami jednak prowadzący łamią tę zasadę oficjalności i przedstawiają się zdrobnionym imieniem: „Ola” (Aleksandra Rosiak) lub zwracają się do odbiorców pieszczotliwie, np. onomatopeicznie: „puk, puk”, które może sugerować relację prywatną, symetryczną, a nawet pieszczotliwą. Zatem od samego początku programu prowadzący balansują między stylem oficjalnym a potocznym.

Jak zostało wspomniane wcześniej, zapowiedź tego, co będzie w programie jest stałym elementem tego gatunku i stanowi alternację zapowiedzi prezentera stacji. Współcześnie zapowiedź prezentera, która była cechą dwóch ogólnopolskich stacji telewizyjnych – TVP1 i TVP2 (Loewe, 2007) wygasła. Jednak jej elementy można odnaleźć w zapowiedziach gospodarzy programu *Kawa czy herbata?*. Co za tym przemawia? Po pierwsze, ze względu na wielość prezen-terów programu śniadaniowe nie są postrzegane jako autorskie (por. program *Kuba Wojewódzki*). Wyjątkiem była *Kawa czy herbata?*, w której od 10 grudnia 2012 roku wprowadzono formułę autorską, wtedy program prowadziła jedna osoba, każdego dnia inna⁴. Po drugie, każda zapowiedź poprzedzona jest przy-witaniem widzów uprzejmymi formułami:

Witamy państwa bardzo serdecznie. Witamy widzów w Polsce. Witamy widzów za granicami naszego kraju.

KcH, 14.05.2001

Dzień dobry. Witamy państwa bardzo serdecznie w programie *Kawa czy her-bata?*.

KcH, 4.09.2008

Kłaniamy się państwu nisko.

KcH, 9.06.2010

Dzień dobry, dzień dobry. Witamy państwa bardzo gorąco.

KcH, 5.11.2012

Podczas powitania prowadzący zwracają się w stronę widzów, lekko pochy-lając się do przodu lub robiąc lekki ukłon, bądź wykonując skinienie głową. Wszystkie te gesty wyrażają szacunek. Zatem połączenie werbalnych formuł powitalnych wraz z kodem niewerbalnym daje wyraz uprzejmości oraz uwagi. Zapowiadając program, gospodarze przyjmują postawę stojącą, jeśli się prze-mieszczają to tylko o kilka kroków w przód, czyli w stronę widza, w wolnym tempie (fot. 15).

⁴ Osoby prowadzące *Kawę czy herbatę?* w tej formule: Beata Tadla – poniedziałek, Paweł Pochwała – wtorek, Paulina Chylewska – środa, Agata Konarska – czwartek, Maciej Kurzajewski – piątek.

Fot. 15



Źródło: KcH, 14.05.2001 r.



Źródło: KcH, 1.09.2008 r.



Źródło: KcH, 2.12.2009 r.



Źródło: KcH, 24.09.2012 r.

Zapowiedzi programu przeważnie są rozbudowane i podobnie jak zapowiedzi prezenterów stacji, spełniają trzy zasadnicze, wskazane przez Iwonę Loewe, funkcje: prezentacyjną, perswazyjną i rekomendującą. Oto przykłady:

Marcin Zimoch: **Towarzyszymy państwu**, jak zwykle, do 8:15. No może całego programu szczegółowo nie omówię, ale w każdym razie będziemy gościć np. pana Krzysztofa Zanussiego, a to z powodu kampanii „Godzina Tysiąclecia”. Będą dla nas grać wybitni muzycy jazzowi. Panowie Włodzimierz Nahorny, Janusz Strobel, a to za sprawą koncertu „Wielka pani”. To jest taki koncert o poezji papieża...

Anna Popek: Który uświetni także pani Anna Seniuk, znakomita aktorka.

Popek + Zimoch: Która będzie także naszym gościem dziś.

M.Z.: Pani Anna Seniuk będzie naszym gościem. Będziemy mówić o pierwszym... pierwszym, unikatowe na razie wydawnictwo, Leksykonie Polaków za granicą. To, jak sądzę, ciekawa książka i przydatna nie tylko dla dziennikarzy na przykład.

A.P.: Nie... Dla Polaków również i to wyjeżdżających i dla tych, którzy chcą znać również historię naszego kraju.

M.Z.: Minister Radek Sikorski będzie z tego powodu naszym gościem. Wreszcie będziemy mówić o błogosławionych skutkach jedzenia i picia w konsystencji soku, w formie soku – żurawiny.

A.P.: Zamiast tabletek. Sok zamiast tabletek.

M.Z.: Okazuje się, że żurawina jest naturalnym antybiotykiem. No i krótko mówiąc, jedzcie i pijcie sok z żurawiny yyy..., ale szczegóły później.

A.P.: Tak, no to myślę, że tyle zachęty wystarczy. A skoro zaczęliśmy od zimnych ogrodników i od pogody, to teraz zapraszamy państwa na prognozę pogody.

KcH, 14.05.2001

Marek Zając: Dzisiaj w programie będziemy mówić między innymi o sprawach ważnych dla uczniów i studentów, czyli o korepetycjach i o wynajmie mieszkań. Aleksandra Rosiak: Oczywiście od czasu do czasu zajrzymy do naszej kuchni, w której już teraz czeka Agnieszka Kręglicka.

M.Z.: Agnieszka Kręglicka nie sama, ale z bakłażanem w ręce, który zaraz trafi na patelnię. Nieważne, to zobaczymy za chwilę. A dzisiaj gwiazdą dnia będzie, a właśnie, że tego jeszcze nie powiemy. Chociaż za kamerą gości dnia i gwiazdy dnia już widzę.

A.R.: **Ale teraz przekonajmy się, jaki będziemy mieć dziś dzień.**

KcH, 4.09.2008

Paweł Pochwała: **Przypominamy państwu**, że nasz program trwa do godziny 8:45 i w części trzeciej, czyli po godzinie 8:00 trzy ważne tematy: po pierwsze będziemy, **drodzy państwo**, rozmawiać o abonamencie radiowo-telewizyjnym. Agata Konarska: Po drugie zastanowimy się, dlaczego coraz popularniejszą formą zatrudnienia jest praca tymczasowa w Polsce, to dotyczy aż 11 000 firm, które korzystają z takiej możliwości. Na czym polega praca tymczasowa, jakie są prawa i obowiązki pracownika zatrudnionego właśnie w takim charakterze? O tym wszystkim po godzinie 8:00, ale nie tylko...

P.P.: A no właśnie, **proszę państwa**, ponieważ porozmawiamy jeszcze o tym, że na przykład na Ukrainie albo w Czechach można zdobyć prawo jazdy o wiele prościej...

A.K.: i taniej...

P.P.: i taniej, ale czy do końca legalnie, czy takie prawo jazdy w Polsce jest ważne. Na ten temat także po godzinie 8:00 w naszym programie.

A.K.: Gorąco polecamy.

KcH, 2.12.2009

Grzegorz Miśtał: Warto rozpocząć ten dzień z *Kawą czy herbatą?*, bo przed nami naprawdę wiele ciekawych tematów. Wiele spotkań z interesującymi ludźmi. Podpowiemy, w jaki sposób ocalić zniszczone przez powódź bezcenne, rodzinne fotografie. Porozmawiamy także o jednym z najdziwniejszych eksperymentów XXI wieku, który polega na tym, że szóstka dorosłych mężczyzn świadomie i dobrowolnie zamknęła się pod Moskwą w kapsule i udaje, że leci na Marsa.

Agata Konarska: Rzeczywiście brzmi to eee... niezwykle, dlatego warto zostać z nami, tym bardziej, że będzie kilka porad dla mniej lub bardziej wytrawnych inwestorów. Dziś ruszają zapisy na aukcje spółki, która niebawem zadebiutuje na warszawskiej giełdzie papierów wartościowych „Tauron Polska Energia”. Czy warto kupić te akcje, o tym w *Kawie czy herbatce?*. Nooo... i **zapropojujemy państwu** dyskusję, która zapewne od dawien dawna a nawet od zawsze toczy się w polskich domach, w których są kibice sportowi. Porozmawiamy o stanie polskiej piłki nożnej. To po wczorajszym meczu z Hiszpanią. Chwilowo wynik pominiemy milczeniem.

G.M.: Spotkamy się także z rodzicami warszawskich przedszkolaków, którzy specjalnie dla swoich dzieci przygotowują spektakle teatralne i właśnie dla-

tego dzisiaj **prosimy państwa** o przesyłanie nam zdjęć pod hasłem „wspólne chwile spędzone z dzieckiem”. Mogą to być wspólne zdjęcia z placu zabaw, ze wspólnej wycieczki albo zdjęcia z rodzinnej lub przedszkolnej imprezy, nasz adres: kch@tvp.pl.

A.K.: A my pokazujemy już państwu Warszawę.

KcH, 9.06.2010

Michał Adamczyk: A przed nami naprawdę wiele atrakcji. **Zabierzemy państwa** między innymi w podróż do Norwegii. W pewnym sensie w podróż do Francji. Mówię w pewnym sensie, bo będzie to muzyczna podróż, a także na zimne arktyczne wody. Porozmawiamy o tym, co można wyczytać w oczach. Oczywiście zwierciadłem duszy, ale nie tylko.

Paulina Chylewska: Zwierciadłem ciała również i będziemy to udowadniać już za chwilę.

KcH, 28.06.2011

Grzegorz Miśtał: Wiele porad dzisiaj ciekawych w naszym programie między innymi związanych właśnie z dziećmi. Porozmawiamy o tym, jak w tym okresie jesienno-zimowym poprawiać odporność naszych dzieci. Przyda nam się ta wiedza, prawda, obojgu. Będziemy także lansować tezę, że kobiety są dużo lepszymi kierowcami niż mężczyźni.

Klaudia Carlos: Ooo! **Drogie Panie.**

G.M.: Nie wiem, czy się z tym zgodzisz?

K.C.: Oczywiście!

G.M.: Ja uważam, że wbrew pozorom, wbrew tym wszystkim stereotypom, panie jeżdżą naprawdę rozważnie, ostrożnie, spokojnie. Będziemy także **radzić państwu** jak prowadzić trudne rozmowy z małżonką z mężem, z pracownikiem...

K.C.: Z pracodawcą.

G.M.: Z szefem. Jak to robić, by osiągać zamierzone cele. W atmosferze współpracy, a nie walki.

K.C.: **Proszę państwa**, również dzisiaj w naszym programie o bardzo ciekawym projekcie edukacyjnym, który już za moment rusza na Politechnice Warszawskiej. Dotyczy on będzie młodzieży przede wszystkim i dzieci z klasy 4–6 Szkoły Podstawowej. A także o fantastycznej szkole kulinarnej w Paryżu „Le Cordon Bleu”. A na muzycznej scenie dzisiaj Mateo, Jacek Klejf, Grażyna Łobaszewska.

G.M.: Na bogato to dzisiaj będzie. To wszystko nieco później, a teraz jak zawsze na dobry początek „Kalendarium”.

K.C.: Zapraszamy.

KcH, 5.11.2012

W powyższych przykładach można znaleźć pewną prawidłowość, każda para prezenterów w swoich wypowiedziach podkreśla to, że program jest stworzony z myślą o widzach i im dedykowany. Z zapowiedzi wybrzmiewa: „to dla was przygotowaliśmy ten poranek”, „to dla was wstaliśmy”, „dla was tu jesteśmy”.

Gospodarze wyrażają to przez stosowanie zwrotów adresatywnych „zabierzemy państwa”, „zapropONUjemy państwu” oraz stosując czasowniki w 1 os. l.mn., które odnoszą się zarówno do pary gospodarzy, jak i do widzów „przekonamy się, jaki będziemy mieć dzisiaj dzień” lub tylko do widzów, wtedy stosowana jest 2 os. l.mn. „jedzcie i pijcie soki”. Gospodarze w zapowiedziach rekomendują tematy, które będą w programie, używając waloryzujących przymiotników oraz wielkiego kwantyfikatora: „wiele atrakcji”, „wiele ciekawych porad”, „wiele ciekawych tematów”, „wiele spotkań z interesującymi ludźmi”, „będziemy mówić o sprawach ważnych”. Loewe zauważa również, że rekomendacja przejawia się też „w postaci ikonicznej (osoba prezentera znanego zanim się nawet przedstawi lub wyświetli jego wizytówka) oraz werbalnej”, kiedy prezenterzy używają 1 os. l.mn. czasownika *polecać* i *zapraszać* (LOEWE, 2007: 199), np. „Gorąco polecamy”, „Zapraszamy”.

Zapowiedź w programie *Kawa czy herbata?* nie kończy się formułą pożegnania, gdyż ta zostaje niejako przeniesiona na koniec programu.

Delimitatory inicjalne i finalne sygnalizujące poszczególne segmenty programu

Kawa czy herbata?, podobnie jak inne programy śniadaniowe, była gatunkiem złożonym w formie kolekcji, dlatego w jednym odcinku trwającym od 2 do 3 godzin pojawiał się m.in. serwis informacyjny, zapowiedź, wzmianka, komentarz, prognoza pogody, wywiad, konsultacja, rozmowa, felieton, przepis kulinarny, relacja, koncert. Ta złożoność gatunkowa wynika z budowy szkatułkowej programu śniadaniowego. Nierzadko poszczególne części programu nie są ze sobą bezpośrednio powiązane tematycznie, gdyż stanowią rozmaite odnogi i daleko odchodzące od głównego tematu dygresje, co charakteryzuje kompozycję szkatułkową, dlatego istotnym elementem w programie jest wydzielenie poszczególnych jego segmentów i sygnalizowanie zmian kadru, które ułatwiają widzowi odbiór. Serwis informacyjny, prognoza pogody i blok reklamowy wprowadzane są spotem (fot. 16) dźwiękowo-obrazowym⁵, który również po-

Fot. 16



Źródło: KcH, 1.09.2008 r.

⁵ Spoty rozpoczynające prognozę pogody nie zawsze rozpoczynały cały program *Kawa czy herbata?*, w programie z 1995 roku nie występowały w ogóle.

jawia się na zakończenie, stanowiąc klamrę delimitacyjną magazynu. Prognoza pogody jest czasami dodatkowo zapowiadana przez prowadzących (przed lub po spocie). Początek pozostałych segmentów sygnalizują gospodarze programu formułami zapowiedzi.

Od roku 2011 wprowadzono również spot nawiązujący do czołówki, który oddzielał pierwszą godzinę programu od drugiej. W spocie lektor zapowiadał tematy, które pojawiały się w dalszej części programu oraz przedstawiał prowadzących (fot. 17).

Fot. 17



Źródło: KcH, 5.11.2012 r.

Kawa czy herbata? 1.09.2008 r.

Segmentowe delimitatory inicjalne:

1. Paulina Chylewska: Myślę, że jedną z najważniejszych informacji dzisiaj, poza tym pierwszym września będzie to, jaka będzie pogoda. **No bo to, chyba od rana, wszyscy chcielibyśmy wiedzieć.** W takim razie sprawdźmy [czołówka prognozy pogody – E.T.]. Karolina Dobrowolska... halo, halo! Jest i ona.
2. Paulina Chylewska: A gdybyś miał w takim telegraficznym skrócie powiedzieć, kto jest dzisiaj głównym gościem poranka to, co byś powiedział?
Robert Kantereit: Eee... to powiedziałbym, że jest to aktor, ale znany przede wszystkim jako lekarz. Jest to przykładowy mąż i ojciec...
P.Ch.: I resztę ja mam dodać.
R.K.: No właśnie!
P.Ch.: A dodatkowo, proszę państwa, jest to bardzo przystojny mężczyzna – Tomasz Stockinger.
3. Paulina Chylewska: **Ale dziś będziemy zaglądać także do kuchni, w której dziś królować będą owoce i pani Bożena Sikoń.**
4. Paulina Chylewska: **Już za moment zaglądać będziemy oczyma Roberta Kantereita do porannych gazet.**

5. Robert Kantereit: **Zabierzemy teraz państwa** na Westerplatte do Gdańska, gdzie obchody uroczystości rocznicowej, trwają od rana. Na Westerplatte jest Piotr Świąc. Dzień dobry, Piotrze. Pogoda dopisała?
6. Robert Kantereit: A w porannej *Kawie...* zmieniamy nastrój. Teraz będzie muzyczna *Kawa...*, zapraszamy Hirka Wronę. Cześć Hirku. Witaj!
7. Paulina Chylewska: [czołówka prognozy pogody – E.T.] I teraz powinien zacząć od tego, żeby powiedzieć państwu, że tu będzie ciepło, a tu będzie zimno. Nic z tych rzeczy. Jedyna rzecz, która mnie na tej mapie najbardziej denerwuje to, że w tym miejscu, o tu, gdzie przykleję to słoneczko nie ma najważniejszego miasta w Polsce, mojej rodzinnej Bydgoszczy i to jest niedopatrzenie Karolino.

Delimitatory inicjalne wprowadzają widza w inny segment programu. Czasami jest to jedynie przeprowadzenie odbiorcy o kilka kroków po studiu, np. do kuchni (fot. 19), do kąciaka prasowego (fot. 20) czy do mapy pogody (fot. 18) lub do innego studia, tak jak ma to miejsce w przypadku wiadomości, innych programów danej stacji (fot. 21) lub czasami prognozy pogody (fot. 21) albo przedstawienie widzowi relacji korespondenta z innego miasta czy z zagranicy (fot. 22).

Fot. 18



Fot. 19



Fot. 20



Źródło: KcH, 1.09.2008 r.

Powyższe przykłady wizualne (fot. 18, 19, 20) przedstawiają jedno studio, w którym zaaranżowane były poszczególne kąciaki tematyczne. Widz był do nich zapraszany przez gospodarzy programu, którzy imitowali zachowania z przestrzeni domowej, co potwierdzają sformułowania typu: „**mamy** nowe mieszkanie: nowe ściany, nowe meble, nowa kuchnia” lub „**w naszej** kuchni gościć dziś będziemy panią Bożenę Sikon”.

Fot. 21



Źródło: KcH, 1.09.2008 r.

Umieszczone wyżej zdjęcia (fot. 21) przedstawiają studio *Wiadomości* pojawiających się co pół godziny oraz programu *Kwadrans po ósmej*, który rozpoczyna się tuż po zakończeniu *Kawy czy herbata?*. Na te zmiany również przygotowują widzów gospodarze programu następującymi formułami:

Paulina Chylewska: Przypomnę także, że kwadrans po godzinie 8 program *Kwadrans po ósmej* właśnie, w którym dziś dominować będą no właśnie tematy jak najbardziej poważne. Za chwilę o tym przekonamy się. Jest już w studiu Jacek Karnowski.

KcH, 1.09.2008

Fot. 22



Źródło: KcH, 1.09.2008 r.

O prognozie pogody spoza studia lub o serwisie informacyjnym najczęściej informowały spoty, a czasami dodatkowo prowadzący. Wszystkie pozostałe wyjścia poza studio odbywały się przez swoje okno. Najpierw pojawiał się obraz w studiu, przy którym często stał prowadzący, a dopiero potem widz przenoszony był, niejako przez to okno, w inne miejsce poza studiem, co przedstawione jest na zdjęciach (fot. 22). Warto zwrócić uwagę, że w programach śniadaniowych często wychodzi się poza studio, a to podnosi ich dynamikę.

Segmentowe delimitatory finalne:

1. Karolina Dobrowolska (prezenterka pogody): **A my z pogodą wracamy już za pół godziny.** Zapraszam, proszę zostać z nami [czołówka – E.T.].
2. Paulina Chylewska: Tomasz Stockinger, proszę państwa, jest naszym gościem przez cały poranek, zatem do godziny 8:00 **będziemy się jeszcze spotykać.** Będziemy pana tu gościć, co jest dla nas wielkim zaszczytem i przyjemnością.
3. Paulina Chylewska: No oczywiście do kuchni **będziemy jeszcze zaglądać** i będziemy obserwować te pyszności owocowe, przygotowywane.
4. Robert Kantereit: A we wszystkich porannych gazetach także temat rocznicowy, bo dziś rocznica wybuchu II wojny światowej, **dziś pierwszy wrzesień.**
5. Robert Kantereit: Dziękujemy bardzo. Z Gdańska relacjonował Piotr Świąc.
6. Paulina Chylewska: Bardzo gorąco dziękujemy, Hirek, za to **dzisiejsze, poranne** jak zwykle w pigule, ale bardzo muzyczne polecenie nam tego wszystkiego.
Tomasz Stockinger: A ty to wszystko powiedziałeś z pamięci?
Hirek Wrona: Tak.
P.Ch.: Nauczył się. Zdolny.
Robert Kantereit: Siedział do trzeciej i się uczył.
P.Ch.: Siedział do trzeciej i się uczył. Hirek, bardzo gorąco dziękujemy.
7. Karolina Dobrowolska (prezenterka pogody): **Kolejne informacje pogodowe już niedługo** [czołówka – E.T.].

Powyżej zostały przedstawione wszystkie zapowiedzi i zakończenia poszczególnych segmentów z pierwszych trzydziestu minut trwania programu w niezmienionej kolejności. Materiał dowodzi, że sposoby zapowiadania i kończenia poszczególnych segmentów w programie są rozmaite. Niektóre krótkie, sygnalizujące jedynie zmianę kadru, inne rozbudowane, łączące jeden temat z kolejnym. Część zapowiedzi wynika z rozmowy prowadzących (przykład nr 2) lub nieoczekiwanego polilogu gospodarzy z ich gośćmi (przykład nr 6). Wszystkie te zabiegi sprawiają, że program jest dynamiczny, ale spójny.

W przykładach wyróżnione zostały zwroty metatekstowe, które sytuują program w czasie i pełnią funkcję fatyczną. Wszystkie zapowiedzi i zakończenia są tworzone z myślą o widzach i są skierowane do nich. Gospodarze programu często zwracają się do odbiorców, używając zwrotów adresatywnych: „proszę państwa”, „zabierzemy państwa”, co sprawia, że widz jest wielokrotnie przywoływany w programie i prowadzony przez poszczególne segmenty, pełni one zatem funkcję fatyczną. Prowadzący przypominają tym samym, że to wszystko, co się dzieje na ekranie, jest tworzone dla odbiorcy.

Wербalne delimitatory końca programu

1. Iwona Schymalla: Proszę państwa, za chwilę pani Łucja Prus zaśpiewa specjalnie dla widzów programu *Kawa czy herbata?* piosenkę do słów Wisławy Szymborskiej *Nic dwa razy się nie zdarza*. Zaczęliśmy program tą piosenką. Przypomnę, o godzinie 6:00 przypomnieliśmy to nagranie. Rzeczywiście wzruszenia są ogromne, pani Łucja Prus w nowy sposób zaaranżowała tę piosenkę. My żegnamy się już państwem. Nasz program się kończy. Zapraszamy do oglądania programu *Kawa czy herbata?* już w poniedziałek. Życzymy miłego weekendu. Posłuchajmy. Specjalnie dla państwa śpiewa Łucja Prus [piosenka – E.T.].

KcH, 13.01.1995

2. Marcin Zimoch: Pani Anna Seniuk, pan doktor Mieczysław Pasowicz. Do zobaczenia.

Anna Popek: Byli naszymi ostatnimi gośćmi, ale posłuchajmy muzyki, którą dla nas zagrają pan Janusz Strobel i pan Włodzimerz Nahorny [muzyka – E.T.].

KcH, 14.05.2001

3. Paulina Chylewska, podsumowując ostatnią rozmowę z gośćmi, zwraca się do widzów: Kolejny odcinek serialu *Klan* 1503, proszę państwa, już dziś o 17:35 w Jedyńce. Bardzo gorąco zapraszamy i dziękujemy za tę *Kawę czy herbatę?* 1 września, a jutro...

Robert Kantereit: A jutro... [I tu zapowiedź tego, co nastąpi w kolejnym programie – E.T.].

KcH, 1.09.2008

4. Paulina Chylewska, kończąc rozmowę z ostatnim gościem, zwraca się do widzów: No to w takim razie mam wrażenie, że wiedzą państwo już wszystko na temat radzenia sobie z miłościami, tymi początkowo platonicznymi naszych dzieci i że wiedzą państwo co nieco, jak rozmawiać z tymi mniejszymi i z tymi trochę większymi o sprawach bardzo intymnych.

Marek Zając: Pani Justyno dziękujemy za rozmowę. Państwu dziękujemy za wspólnie spędzone prawie trzy godziny.

P.Ch.: I zapraszamy na *Kawę czy herbatę?* jutro o 6:00. Spotkają się z państwem Agata Konarska i Paweł Pochwała.

M.Z.: Do zobaczenia.

P.Ch.: Do zobaczenia.

KcH, 2.12.2009

5. Aleksandra Rosłoniak, kończąc rozmowę z ostatnim gościem, mówi: Pani Halino, dziękuję za wizytę. Dla państwa mamy te płyty. Płyty z wszystkimi piosenkami Anny Jantar. Proszę do nas dzwonić pod nr [zostaje podany numer telefonu – E.T.].

Piotr Maślak: Są tu także utwory, których do tej pory nigdy nikt nie opublikował, czyli właściwie takie prapremiery.

A.R.: A my dziękujemy za dzisiejsze spotkanie i zapraszamy na jutro w imieniu Pauliny Chylewskiej...

P.M.: ... i Radka Brzózki.

KcH, 10.06.2010

6. Agata Konarska: Rzeczywiście w UE często, proszę państwa, mówi się tak, że prawdziwym członkiem Unii zostaje się dopiero po prezydencji. Jakimi staniemy się po tych sześciu miesiącach rzeczywiście, zapraszam już teraz wszystkich państwa na to spotkanie i na to byśmy wszyscy sobie odpowiedzieli na to pytanie. A dla wszystkich naszych widzów, którzy byli dzisiaj z nami od samego rana mamy gadżety, mamy upominki z Parlamentu Europejskiego. Gorąco zachęcamy państwa do tego byście do nas dzwoniли [zostaje podany numer telefonu – E.T.].

Marek Zając: Powtarzamy zaproszenie na koncert...

Iwona Schymalla jako gość: Króciutko. 22:00 w Jedyńce wielki koncert „Tu Warszawa”. Zapraszamy państwa na trzy godziny transmisji. Świetna muzyka, artyści ze świata, z Polski, ale o 18:00 także na naszej antenie transmisja z uroczystości w Teatrze Wielkim i Piotr Kraśko na Placu Defilad...

Piotr Kraśko jako gość: Specjalne wydanie *Wiadomości*. Powiemy wszystko, co się wydarzy.

KcH, 1.07.2011

7. Grzegorz Miśtał: Zachęcamy państwa do słuchania płyty *Przepływamy* [nawiązanie do ostatniego wywiadu w programie – E.T.]. My powoli się z państwem żegnamy. Zapraszamy jutro w imieniu Pauliny Chylewskiej i moim skromnym.

Klaudia Carlos: I w swoim tak [wskazanie ręką na Grzegorza Miśtała – E.T.].

Milego dnia życzymy państwu.

Grzegorz Miśtał: Dziękujemy za uwagę. Do zobaczenia.

KcH, 28.03.2012

Dominującym i powtarzającym się elementem w delimitatorach finalnych programu *Kawa czy herbata?* były zapowiedzi kolejnych odcinków, także tych odległych w czasie (za 6 miesięcy) oraz tego, co miało pojawić się w ciągu dnia na antenie TVP1, zatem na plan pierwszy wysuwają się pre-teksty pewnych wytworów telewizyjnych, które są symptomami końca innego, przecież, programu. To niezwykle wyrazisty dowód na to, że telewizja chce być postrzegana nie jako zbiór programów, lecz programowy strumień. W formułach końcowych pojawiały się sygnały werbalne zwiastujące kulturowo koniec programu – podziękowania dla gości i widzów. W przykładzie nr 4 Paulina Chylewska i Marek Zając na zakończenie używają zwrotu grzecznościowego kończącego program: „do zobaczenia”, który należy do grupy pożegnań nieoficjalnych, czyli tych w relacji na „ty” (MARCJANIK, 2009: 54). Zarówno przytoczone tu podziękowania, jak i pożegnania mieszczą się w przyjętych konwenansach grzeczności.

Fot. 23



Źródło: KcH, 13.01.1995 r.

Źródło: KcH, 14.05.2001 r.



Źródło: KcH, 1.08.2008 r.

Źródło: KcH, 24.09.2012 r.

Charakterystyczne dla programu *Kawa czy herbata?* jest również to, że ostatnim segmentem programu był wywiad przeprowadzany, w zdecydowanej większości⁶, na siedząco. Zaraz po wywiadzie gospodarze programu żegnali się z widzami w niezmienionej pozycji siedzącej (fot. 23). Jeśli natomiast ostatni wywiad lub konsultacja przeprowadzane były na stojąco, wówczas pożegnanie widzów również odbywało się w tej pozycji (fot. 24).

Fot. 24



Źródło: KcH, 2.12.2009 r.

Pełną strukturę programu obrazują poniższe tabele (s. 103–106). W celu udokumentowania dynamizacji programu wyliczenia są bardzo dokładne. W 1995 roku w pół godziny programu realizowano 9 segmentów⁷, 6 lat później, czyli w 2001 roku – 37 segmentów, a w 2008 roku już – 60.

⁶ Zebrany materiał pokazuje, że jest to 90%.

⁷ Każdy wiersz w tabeli wyznacza jeden segment.

Tabela 1. KcH, 13.01.1995 r.⁸

Segment	Tytuł	Godzina
Prognoza pogody		6:29
Wywiad		6:32
Koncert w studiu Danuty Błażejczyk		6:39
Wywiad z Danutą Błażejczyk		6:44
Przegląd prasy		6:46
Konsultacja		6:49
Konkurs muzyczny		6:53
Serwis informacyjny	<i>Wiadomości</i>	6:57
Informacja – prowadzący przedstawiają kalendarium	<i>Kalendarium</i>	7:02

Tabela 2. KcH, 14.05.2001 r.

Segment	Tytuł	Godzina
Czołówka		6:30
Informacje zapisane, czyli telepiśmienne, związane z datą (wschód, zachód słońca, urodziny, imieniny, kalendarium)		6:30
Powitanie widzów		6:32
Zapowiedź – prezentacja tematów		6:33
Prognoza pogody		6:34
Serwis informacyjny	<i>Wiadomości</i>	6:35
Koncert zespołu „Dreams Factory”		6:39
Wywiad z członkami zespołu		6:42
Porada – kącik czytelnicy prowadzony przez Czesława Apiecionka		6:44
Przegląd prasy		6:47
Felieton – zwierzenia Niny Andrycz o roli teatralnej (materiał odtworzony) z fragmentami spektaklu	<i>Ostatni dzień z życia Elżbiety I</i>	6:50
Rozmowa prowadzących, którzy komentują materiał + zaproszenie na to przedstawienie do teatru + zagadka		6:54
Prognoza pogody		6:55
Reklama		6:57
Serwis informacyjny		7:02
Konsultacja z ekspertem		7:05
Koncert zespołu „Dreams Factory”		7:11
Wywiad z gośćmi		7:14
Teledysk (materiał odtworzony) Julio Iglesias		7:20
Wywiad z gośćmi		7:21
Rozwiązanie zagadki (czasami monolog, czasami rozmowa prowadzących)		7:26

⁸ Pierwsza tabela ukazuje 30 minut programu z dnia 13.01.1995 r. od godziny 6:29. Pierwsze 29 minut audycji zostało zagrane inną.

cd. tab. 2

Segment	Tytuł	Godzina
Prognoza pogody		7:26
Reklama		7:28
Serwis informacyjny	<i>Wiadomości</i>	7:30
Zapowiedź prezeterska		7:32
Reklama		7:30
Czołówka		7:47
Wywiad z gościem		7:48
Fragment serialu <i>Marzenia do spełnienia</i> (materiał odtworzony)		7:53
Wywiad z gośćmi		7:55
Zapowiedź lektora festiwalu w Opolu (materiał odtworzony)		7:59
Wywiad z gościem		8:01
Audiowizualna zapowiedź programu (zapowiadający: Konrad Piasecki)	<i>Krakowskie Przedmieście 27</i>	8:05
Zapowiedź koncertu w studiu i przedstawienie muzyków, krótki wywiad z nimi		8:06
Koncert muzyków w studiu		8:07
Wywiad z gośćmi		8:09
Pożegnanie z widzami		8:14

Tabela 3. KcH, 1.09.2008 r.

Segment	Tytuł	Godzina
1	2	3
Czołówka		6:00
Powitanie widzów		6:00
Zapowiedź – prezentacja tematów		6:00
Prognoza pogody		6:01
Zapowiedź tematów przez lektora (materiał odtworzony)		6:05
Towarzyska rozmowa prowadzących		6:05
Zapowiedź pierwszego gościa (materiał odtworzony)		6:06
Wywiad z gościem poranka – Tomaszem Stockingerem		6:07
Wizyta w kuchni (przepis kulinarny, porada)		6:11
Wywiad z gościem poranka		6:14
Autorski przegląd prasy Marcina Kantereita		6:14
Relacja korespondenta		6:17
Konsultacja z ekspertem (w tle rozmowy słyhać muzykę)	<i>Muzyczna kawa</i>	6:21
Kącik czytelniczy – recenzja, rekomendacja (materiał odtworzony)	<i>Czytajmy</i>	6:25
Reklama		6:27

1	2	3
Serwis informacyjny	<i>Wiadomości</i>	6:31
Prognoza pogody		6:33
Towarzyska rozmowa prowadzących		6:36
Zapowiedź tematów przez lektora (materiał odtworzony)		6:37
Towarzyska rozmowa prowadzących		6:37
Relacja z gdańskiej szkoły – felieton (materiał odtworzony)		6:38
Rozmowa prowadzących		6:40
Informacja ekonomiczna – porada, komentarz (materiał odtworzony)		6:41
Przegląd prasy ekonomicznej		6:42
Wywiad prowadzącego z ekspertem ekonomicznym		6:44
Fragmenty seriali i filmów, w których grał gość poranka – aktor oraz wypowiedzi jego znajomych (materiał odtworzony)		6:46
Wywiad z gośćmi – Robertem i Tomaszem Stockingerami		6:48
Zapowiedź lektora programów oferowanych przez TVP (materiał odtworzony)		6:53
Wizyta w kuchni (przepis, porada, towarzyska rozmowa)		6:54
Reklama		6:55
Serwis informacyjny	<i>Wiadomości</i>	7:00
Prognoza pogody		7:05
Reklama		7:08
Telefoniczna rozmowa z widzem		7:09
Zapowiedź tematów przez lektora (materiał odtworzony)		7:11
Rozmowa prowadzących		7:11
Wywiad z gościem poranka		7:12
Felieton – materiał odtworzony	<i>Pierwsza klasa</i>	7:13
Wizyta w kuchni (przepis, porada, towarzyska rozmowa)		7:15
Konsultacja z ekspertem		7:16
Felieton – materiał odtworzony	<i>Urządzanie mieszkania</i>	7:19
Wizyta w kuchni (przepis, porada, towarzyska rozmowa)		7:23
Konsultacja		7:23
Autorski przegląd prasy Pauliny Chylewskiej		7:26
Wizyta w kuchni (przepis, porada, towarzyska rozmowa)		7:28
Reklama		7:30
Serwis informacyjny	<i>Wiadomości</i>	7:32
Reklama		7:34

cd. tab. 3

Segment	Tytuł	Godzina
Prognoza pogody		7:35
Reklama		7:38
Przywitanie gościa (Małgorzaty Kozuchowskiej)		7:40
Zapowiedź konkursu		7:40
Wywiad z Jackiem Karnowskim w studiu programu <i>Kwadrans...</i> , zapowiedź programu	<i>Kwadrans po ósmej</i>	7:41
Zapowiedź tematów przez lektora (materiał odtworzony)		7:42
Wywiad z gościem (Małgorzata Kozuchowska)		7:42
Teledysk – materiał odtwarzany		7:44
Wywiad z gościem (Małgorzata Kozuchowska)		7:44
Autorski przegląd prasy gościa programu Tomasa Stoclingera		7:46
Wywiad z gośćmi (aktorami serialu <i>Klan</i>)		7:49
Pożegnanie z widzami		7:51

Silna delimitacja telewizji śniadaniowej, obecność sygnałów, symptomów delimitacji wewnątrztekstowej i zewnątrztekstowej, komponentów werbalnych i obrazowo-dźwiękowych oraz ich powtarzalność ujawniają obecność scenariusza programu i związaną z nim dyscyplinę czasową. Serwis informacyjny oraz prognoza pogody pojawiają się regularnie co pół godziny, zatem są również sygnałami dzielącymi program. Szybkie zmiany kadru, osób, tematów oraz przeplatanie się stylu oficjalnego z potocznym w jednej wypowiedzi, ciągle zwroty adresatywne do audytorium nie są codziennym towarzyskim sposobem komunikowania się. Mimo to, wielu badaczy (BOGUNIA-BOROWSKA, 2009; DĄBROWSKA-CENDROWSKA, 2013; GODZIC, 2009) zwraca uwagę na to, że programy śniadaniowe z jednej strony wpisują się w codzienność widza, z drugiej zaś – imitują rzeczywistość. Naśladowanie rzeczywistości w telewizji śniadaniowej wpisane jest w całą formułę programu. Małgorzata Bogunia-Borowska, prowadząc socjologiczną analizę programów śniadaniowych, zauważyła, że

z jednej strony sfragmentaryzowana struktura telewizji śniadaniowej odwołująca się do doświadczenia przeżywania codzienności, z drugiej zaś sam sposób jej percepcji, fragmentaryczny i nieciągły, sprzyjają kreowaniu wrażenia natychmiastowości, bezpośredniości, spontaniczności, ciągłości i bycia na żywo.

BOGUNIA-BOROWSKA, 2009: 259

Do elementów, które obrazują tę codzienność, badacze włączają również nazwę programu, elementy czołówki, elementy dżingla⁹ oraz scenografię studia.

⁹ Wszystkie te komponenty zostały opisane wcześniej.

Studio i scenografia programu śniadaniowego *Kawa czy herbata?*

Istotnym komponentem budującym rzeczywistą przestrzeń poranków jest obraz będący drugim, po języku, składnikiem przekazu telewizyjnego (KURZOWA, SZPICZAKOWSKA, 1985: 15). Już w samej czołówce programu pojawiały się elementy graficzne silnie nawiązujące do codziennych doświadczeń odbiorców: łóżko, kubki, filiżanki, dzbanki, zegar, sznurki na pranie z klamerkami itp. Po zakończeniu czołówki odbiorca widział studio, które w rzeczywistości jest miejscem zaprojektowanym i wybudowanym z myślą o produkcji telewizyjnej. Stwarza ono bowiem dogodne warunki do pracy dla całej ekipy, gdyż posiada wszystkie niezbędne elementy potrzebne do realizacji programu (UHMA, 2007: 49). Ta konstatacja została uczyniona, ponieważ w przypadku programów śniadaniowych odbiorca często ma wrażenie, że to nie jest profesjonalne studio, tylko mieszkanie zaadaptowane na studio. Zwracają na to uwagę badacze zagadnienia: „Scenografia studia programu śniadaniowego przypomina przytulne mieszkanie” (DĄBROWSKA-CENDROWSKA, 2014: 51); „Studio programu porannego nie przypomina typowego studia telewizyjnego. Studio telewizji śniadaniowej jest stylizowane na mieszkanie” (BOGUNIA-BOROWSKA, 2009: 263); „W większości przypadków scenografia poranka przypomina pomieszczenia, jakie można zobaczyć w domach widzów” (SANAKIEWICZ, 2013: 59).

Centralnym punktem scenografii poranka jest pokój gościnny (salon), w którym czekają przygotowane na stole filiżanki lub kubki z kawą, pieczywo, drożdżówki, owoce sezonowe, budzik, codzienne gazety, kwiaty oraz elementy okazjonalne związane z rozmaitymi świętami (fot. 25).

Fot. 25



Źródło: KcH, 15.02.2010 r.

Źródło: KcH, 2.04.2010 r.

Wszystkie te elementy, które składają się na wystrój oraz całą aranżację studia, tworzą kontekst, w którym gospodarze w określony sposób się zachowują i rozmawiają, co tworzy spójny przekaz multisemiotyczny, zatem słowo, obraz, dźwięk są sprzęgnięte ze sobą i razem tworzą pełny przekaz, który „nie jest prostą sumą narracji obrazowej, dźwiękowej i słownej, tylko efektem ich wzajemnego przenikania i oddziaływania – procesem transsemiotycznym” (SKOWRONEK, 2013: 96). Sposób zagospodarowania przestrzeni oraz scenografia są niezwykle ważne w perspektywie odbioru programu, gdyż widz odbiera tekst języko-

wy wraz z sytuacją, w której jest przekazywany (KURZOWA, SZPICZAKOWSKA, 1985: 12).

Studio programu *Kawa czy herbata?*, podobnie jak czołówki, często się zmieniało. Nie zawsze też imitowało mieszkanie. Pierwsza scenografia była autorstwa Teresy Zygadlewicz. Wtedy studio przypominało kawiarnię, a nie mieszkanie (fot. 26).

Fot. 26



Źródło: KcH, 25.08.1994 r.

Przedstawiona powyżej scenografia zupełnie nie obrazuje poranka. Przeciwnie, można odnieść wrażenie, że są to rozmowy wieczorne, co sugeruje granatowy kolor w tle.

W roku 1995 scenografia została zmieniona. Wówczas pojawiły się sofy, fotele, obrazy, zatem studio przekształcano w dom, w którym centralnym punktem był pokój gościnny (fot. 27).

Fot. 27



Źródło: KcH, 13.01.1995 r.

Początkowo w studiu *Kawy czy herbaty?* nie było kuchni. Poza pokojem gościnnym była mała estrada dla muzyków oraz barek do przeglądu prasy. Wcześniej, zanim stworzono kącik kuchenny¹⁰, w którym gotowali profesjo-

¹⁰ Zebrany materiał pokazuje, że kącika kuchennego nie było jeszcze w 2001 roku, a w 2008 roku już był.

naliści, na antenie odczytywano przepisy przysłane przez widzów (BARAŃSKA, b.r.w.: 26).

W roku 2001 scenografia studia stała się przytulna za sprawą licznych bibelotów, wykładzin, tapet. Jednak kolorystyka nadal nie nawiązywała do poranka, choć stawiała się coraz jaśniejsza i żywsza (fot. 28).

Fot. 28



Źródło: KcH, 14.05.2001 r.

Przełom widoczny był dopiero w 2008 roku, kiedy scenografia zdecydowanie tworzyła już poranną aurę. Pojawiła się atrapa okna, za sprawą którego studio imitowało pokój, a nie – jak dotychczas – zamknięte pomieszczenie bez okien (fot. 29). Co więcej, atrapa okna pozwoliła zastosować jasne, wręcz słoneczne oświetlenie w studiu, które bez niej wyglądałoby nienaturalnie. Jednak nie zawsze imitacja słonecznych promieni była adekwatna do rzeczywistej, pochmurnej pogody.

Fot. 29



Źródło: KcH, 4.09.2008 r.

Za studyjnym oknem widoczna była Warszawa, co oddawało rzeczywistą lokalizację studia *Kawy czy herbaty?*. W tę scenografię wkomponowany był atrybut poranka w postaci ekranu o kształcie kubka. Ta aranżacja została nieco przekształcona i w roku 2009 przypominała werandę. Zastosowano także wykładzinę imitującą trawę, drewnianą balustradę i kwiaty w doniczkach (fot. 30).

Fot. 30



Źródło: KcH, 28.07.2009 r.

W roku 2010 program został przeniesiony do nowego budynku TVP i zaczął być realizowany w studiu z dużym, prawdziwym oknem, podobnie jak w programie *Dzień Dobry TVN* (fot. 31).

Fot. 31



Źródło: KcH, 9.06.2010 r.

Rzeczywiste okno w studiu pozwalało widzowi zobaczyć panoramę Warszawy, skonfrontować pogodę panującą w stolicy z pogodą w swoim mieście. A to przecież jeden z walorów emitowania programu na żywo. Z czasem w scenografii zaczęto odchodzić od imitowania domu. W 2011 roku została zaprojektowana w taki sposób, żeby jednoznacznie było widać, że program był realizowany w profesjonalnym studiu (fot. 32).

Fot. 32



Źródło: KcH, 29.06.2011 r.

Źródło: KcH, 28.06.2011 r.

Źródło: KcH, 30.06.2011 r.

Na scenografię *Kawy czy herbaty?* z tego okresu zwraca uwagę Marcin Sanakiewicz, pisząc:

[...] wyjątek [wobec *Pytania na śniadanie* i *Dzień Dobry TVN* – E.T.] stanowi scenografia programu *Kawa czy herbata?*. [...] twórcy tej scenografii zachowali więcej cech studia telewizyjnego. Dominujące plastiki, biła kolorystyka ścian wraz z neonowym podświetleniem w kolorach różowym, błękitnym oraz żółtym raczej niekojarzą się z ciepłem domowego ogniska.

SANAKIEWICZ, 2013: 59

Z kolei rok 2013 to powrót do zamkniętego studia, stylizowanego na przytulne mieszkanie na poddaszu czy na strychu, na co wskazywały drewniane legary, które optycznie obniżały sufit (w tym wypadku tworzyły sufit) oraz są charakterystycznym elementem poddaszy (fot. 33).

Fot. 33



Źródło: KcH, 24.09.2012 r.

Plastikowe elementy scenografii, o których pisał Sanakiewicz, zostały zastąpione drewnem. Do wystroju wprowadzono również kwiaty doniczkowe. W 2011 i 2012 roku bardzo często pokazywano studio w planie ogólnym¹¹, czyli takim, który pokazuje miejsce akcji wraz z bohaterami lub pełnym prezentującym całą postać bohatera. Omówione zabiegi sprawiały, że studio wyglądało przestronnie. W 2013 roku był to plan pełny i amerykański, w którym pokazywano postać od wysokości nieco powyżej kolan do miejsca tuż nad głową. Studio wydawało się wówczas niewielkie, kameralne, przytulne. Tu znów można zauważyć swoiste koło. Początkowo w programie dominowały plan pełny, amerykański i zbliżenie. Od 2010 roku zdecydowanie zaczął dominować plan ogólny i pełny. Aż do 2013 roku, kiedy powrócono do częstszego pokazywania studia w planie amerykańskim i w przybliżeniu.

W studiu programu *Kawa czy herbata?* nie było ścian, mimo to wyraźnie widoczny był podział między poszczególnymi pomieszczeniami takimi, jak pokój gościnny (salon). W tym pokoju były również usytuowane: ekran przypominający telewizor; barek czy też lada imitująca biurko, na którym leżały gazety i laptop; kącik z mapą, małą sceną oraz kuchnia. Do tworzenia tych

¹¹ Plan ogólny, w żargonie telewizyjnym, jest też nazywany planem szerokim.

oddzielnych pomieszczeń w studiu bez ścian wykorzystywano węższe ujęcia kamery, przez co wyznaczano granice poszczególnych przestrzeni. Wszystkie te elementy miały dać widzowi poczucie, że jest gościem w bardzo miłym miejscu, w którym może poczuć się swobodnie, wygodnie, jak u siebie, że będzie tam dobrze traktowany, mile widziany i z tych powodów będzie chciał to miejsce odwiedzać częściej.

3. Zagadnienia teatralizacji i autoprezentacji

W tym rozdziale uwaga skoncentrowana będzie na obrazie aktorów analizowanego dyskursu, czyli na prezenterach programu, którzy są kluczowymi eksponentami dyskursywnego obrazu świata. Skoro mowa o aktorach, to należy również wspomnieć o zagospodarowaniu przez nich sceny, czyli studia programu. Ponadto, co także wiąże się z nowoczesną teatralizacją dyskursu, wskazane zostaną sposoby nawiązywania kontaktu, a nawet relacji z widzami przed telewizorem. Będzie to zatem analiza dyskursu w wymiarze mikro (w ramach studia) oraz makro (scena – widownia).

Rola i znaczenie prezenterów w programie

Na fakt, że w telewizji śniadaniowej prezenterzy pełnią kluczową rolę, wskazują jednogłośnie wszyscy polscy badacze programów śniadaniowych (BOGUNIA-BOROWSKA, 2009; SZYLKO-KWAS, 2012; SANAKIEWICZ, 2013; DĄBROWSKA-CENDROWSKA, 2014). W tej rozprawie niejednokrotnie zwrócono uwagę na fakt, że gospodarze programu spajają poszczególne segmenty audycji w całość dzięki sprawnym nawiązaniom do kolejnych tematów, komentarzom, ciekawie konstruowanym zapowiedziom oraz dzięki tworzeniu domowej atmosfery. Prezenterzy umożliwiają widzowi dołączenie do programu w każdej chwili jego trwania i zorientowanie się, jaki temat jest aktualnie prowadzony oraz ułatwiają odbiorcy odnalezienie się w dygresjach odchodzących od głównego tematu, które są wynikiem budowy szkatułkowej poranka. Bogunia-Borowska zauważa, że „status prezenterów w telewizji śniadaniowej jest bardzo wysoki” (BOGUNIA-BOROWSKA, 2009: 266), być może dlatego, że są twarzami programu i to również od nich zależy, czy będzie on miał dużą, czy małą oglądalność.

Na tę istotną rolę prowadzących programy śniadaniowe wskazuje także Zaorski:

No właśnie na tym polega jej [*Kawy czy herbaty?* – E.T.] urok, że jest to rodzaj rozczmuchania się porannego, że państwo [prowadzący – E.T.] jako cicerone z uśmiechem jesteście bardzo często pierwszymi osobami, z którymi spotykają

się nasi telewizyjni i o tym trzeba pamiętać. Powiedzieć coś życzliwego, nie podlizywać się tej widowni, tylko tak jak do swoich znajomych: pozdrawiamy ich i chcemy, żeby oni weszli w dzień z uśmiechem na ustach. Trudne zadanie.

KcH, 27.08.2012

Zaorski uważa, że prowadzący to z jednej strony *cicerone*, czyli przewodnicy (*Słownik wyrazów obcych*), których zadaniem jest oprowadzanie czy też przeprowadzanie widzów przez poszczególne części programu, a z drugiej zaś – wprowadzenie ich w dobry nastrój. Trudność tego zadania polega na tym, że to odbiorcy decydują, czy im się podoba. Widzowie muszą chcieć rozpoczynać dzień z programem i jego prowadzącymi. Realizację życzliwości wobec odbiorcy, na którą wskazuje Zaorski, da się zaobserwować już w powitaniu kierowanym do widzów:

Agata Konarska: To już 6:00. Słońce wstało. Ciepły, piękny dzień nam się zapowiada. A my pięknie państwu mówimy dzień dobry i zapraszamy do spędzenia tego poranka z nami. Będziemy z państwem aż do godziny 8:00 rano. To jest program *Kawa czy herbata?*.

Grzegorz Miśtał: Jak zawsze, miło, pogodnie, ciekawie postaramy się wprowadzić państwa w nowy dzień.

KcH, 29.06.2011

Na początku eksplicytnie został określony charakter programu za pomocą metatekstowych formuł „mówimy pięknie”, „zapraszamy”, „wprowadzić w...”. Sposób prowadzenia programu sprawia, że widz ma wrażenie, że będzie tak jak w gronie przyjaciół, znajomych, bliskich. Jednak to wszystko dzieje się w studiu telewizyjnym, na wizji. Zadaniem prowadzących jest właśnie połączenie tych dwóch płaszczyzn: prywatnej (ze względu na atmosferę) i oficjalnej (ze względu na sposób nadania). Prezenterzy są jednak w pracy, są reprezentantami danej stacji i pracują wedle określonych ram zaplanowanych w scenariuszu, tym są predystynowani do tworzenia także medialnego obrazu świata.

Polskie programy śniadaniowe zawsze prowadzone są przez dwóch gospodarzy – duet damsko-męski. Bogunia-Borowska, opisując relacje między prowadzącymi, wskazuje na trzy typy:

- Prezenterzy są zespołem;
- Prezenterzy są partnerami;
- Prezenterzy stanowią metaforę gospodarzy.

BOGUNIA-BOROWSKA, 2009: 267

Badaczka rozpatruje zespół na poziomie zawodowym, na którym prezenterzy mają wspólne zadanie, które musi być wykonane w określonym terminie, posiadają umiejętności pracy w grupie i „funkcjonują na zasadzie rywaliza-

cji, uzupełniania się, żartowania czy polemizowania” (BOGUNIA-BOROWSKA, 2009: 267). Jako zespół muszą potrafić ze sobą współpracować, ale przede wszystkim muszą sobie zaufać i pomagać wzajemnie, ponieważ na wizji zostają sami i bez względu na wszystkie trudności, mają obowiązek doprowadzić program do ostatniej minuty, to jest ich cel nadrzędny.

Partnerzy

Kolejna relacja wskazana przez Bogunię-Borowską to partnerstwo, które badaczka rozumie jako występowanie prezenterów w rolach równorzędnych partnerów zajmujących te same pozycje niezależnie od płci. Partner to nie tylko ‘osoba traktowana na równi’, lecz także ‘osoba, z którą się coś razem robi, współuczestnik’ (*Nowy słownik języka polskiego*). To zagadnienie zostanie rozszerzone właśnie o aspekt współpracy prezenterów. Jest to przecież partnerstwo dwóch niezależnych, często samodzielnych dziennikarzy, którzy niejednokrotnie są już rozpoznawalni, mają za sobą doświadczenie w pracy dziennikarskiej, czyli mają swoją „markę” i muszą często po raz pierwszy pracować w parze. Praca w duecie wymaga zgrania się w taki sposób, żeby przekaz był spójny i zrównoważony, żadna z osób nie może dominować. Nie jest to łatwe w obliczu współczesnych trendów, na które zwraca uwagę Wiesław Godzic, pisząc, że „współczesny prezenter odczuwa silną potrzebę bycia postacią sceny medialnej [...] Chce być ważny i widziany” (GODZIC, 2012: 40). Jednak niektórzy dziennikarze znaleźli pomysł na to, aby wyróżnić się i zostać zapamiętanymi jako duet, np. Dorota Wellman i Marcin Prokop z programu *Dzień Dobry TVN* (fot. 34) oraz Iwona Schymalla i Paweł Pochwała z programu *Kawa czy herbata?* (fot. 34a).

Fot. 34



Źródło: *Dzień Dobry TVN*, TVN 27.08.2014 r.

Fot. 34a



Źródło: KcH, 7.05.2009 r.

Te pary charakteryzuje długi staż wspólnej pracy, ponieważ do wymiany partnerów w tych zespołach dochodziło okazjonalnie. Dodajmy, że wrażenia wizualne pozwalają stereotypowo sądzić, że pary te nie są dobrze dobrane. Obalono kanon, do którego przywykliśmy jako widzowie, czyli pary składającej się ze smukłego, wysokiego mężczyzny i jedynie o głowę niższej od niego zgrab-

nej partnerki. W parze Wellman – Prokop różnica wzrostu jest na tyle duża, że zwraca uwagę widza. Z kolei w parze Schymalla – Pochwała to kobieta jest wyższa od mężczyzny, zatem zostaje obalony stereotyp dominującej roli mężczyzny. Z obserwacji jednak wynika, że praca w tak dobranych duetach działała na korzyść tych prezenterów, którzy znaleźli nowy pomysł na swój medialny wizerunek. Podzielili się zadaniami w taki sposób, żeby każde z nich mogło się dobrze zaprezentować i podkreślić swoje atuty, nie eksponując tym samym słabości, wręcz przeciwnie – przekuwając te słabości w zalety. Istotny jest również aspekt wzajemnej sympatii w tych duetach, na wizji widać, że prezenterzy się lubią, dobrze znają oraz rozumieją, to wszystko pozwala myśleć o nich, jako o partnerach, a nie o zespole.

Do par, w których wzajemna komunikacja się powiodła oraz dobór wizualny prezenterów nie obalał ryzykownie stereotypów w programie *Kawa czy herbata?*, należy duet Agnieszka Szulim-Badziak i Radosław Brzózka. Choć nie współpracowali ze sobą długo, bo niespełna rok, to jednak wyróżniali się w programie.

Fot. 35



Źródło: KcH, 4.12.2009 r.

Fot. 36



Źródło: KcH, 5.05.2009 r.

Fot. 37



Źródło: KcH, 10.03.2009 r.

W tej parze zostały zestawione dwa odmienne temperamenty. Spokojna, opanowana, miła, lecz powściągliwa i chłodna Agnieszka Szulim-Badziak oraz dowcipny, dynamiczny, często wręcz komiczny Radosław Brzózka. Szulim-Badziak jawiła się w tym duecie jako osoba rozsądniejsza, próbująca niejednokrotnie okiełznać chłopięce wygłupy Brzózki.

Agnieszka Szulim-Badziak: [po teledysku „Tell him” – E.T.] Barbara Streisand i Celine Dion

Radosław Brzózka: [wchodzi w słowo Szulim-Badziak – E.T.] I one tak i ten układ choreograficzny. To jest jak z takich teledysków, wiesz, sprzed lat i tylko tak [Brzózka tańczy, zob. fot. 35 – E.T.].

A.S.-B.: A państwo chcieliby dzisiaj wiedzieć jaka będzie pogoda, Radku.

R.B.: A pogoda będzie dobra. Proszę bardzo spójrzmy na mapę [fot. 38].

Fot. 38



Źródło: KcH, 4.12.2009 r.

Widać było, że prowadzący dobrze się ze sobą bawią i dobrze czują w swoim towarzystwie. Ich rozmowy często były bardzo zabawne, wręcz kabaretowe.

A.S.-B.: Aaa... jest dzisiaj dzień chłopaka! Zapomniałam, Radek! Boże! [chce wyjąć kwiat z bukietu, ale nie udaje jej się to – E.T.] Nie, to wyjmę potem. Wszystkiego najlepszego z okazji Dnia chłopaka.

R.B.: Dobrze, to może czy coś [wskazuje na policzek – E.T., zob. fot. 39].

Fot. 39



Źródło: KcH, 10.03.2009 r.

A.S.-B.: Dnia mężczyzny. Wszystkiego najlepszego, panowie drodzy.

KcH, 10.03.2009

Dobłą relację i zgranie przywołanej pary prezenterów obnażyły inne konfiguracje Szulim-Badziak i Brzózki, np. Agnieszka Szulim-Badziak – Grzegorz Miśtał, Agnieszka Szulim-Badziak – Piotr Urbaniak lub Radosław Brzózka – Lidia Piechota, Radosław Brzózka – Beata Chmielewska-Olech.

Były również pary, które nie potrafiły wypracować spójności stylistycznej, semiotycznej, konwersacyjnej, wreszcie podobnej wrażliwości i przez to widoczna była ich odrębność, „dwutonowość”, dialektyczny kontrast. Przykładem takich duetów w programie *Kawa czy herbata?* byli: Anna Popek i Marcin Zimoch

(fot. 40), Paulina Chylewska i Robert Kantereit (fot. 41) lub Anna Matusiak i Grzegorz Miśtał (fot. 42).

Fot. 40



Źródło: KcH, Archiwum TVPI,
14.05.2001 r.

Fot. 41



Źródło: KcH, 1.09.2008 r.

Fot. 42



Źródło: KcH, 28.03.2012 r.

Wszystkie zaprezentowane wyżej ujęcia przedstawiają pary w pierwszych sekundach programu, czyli w momencie, kiedy witają się z widzami. W dwóch pierwszych przypadkach kobieta stoi po prawej stronie mężczyzny, zatem zajmuje miejsce, które według zasad etykiety jest uprzywilejowane, w dobrym guście. Fakt, że są tak ustawieni etykietalnie oznacza, że mężczyzna wyraża grzeczność wobec kobiety (KAMIŃSKA-RADOMSKA, 2012: 157–177). Trzeci przykład pokazuje sytuację odwrotną, kobieta zajmuje miejsce po lewej stronie mężczyzny, choć w innych duetach, które współtworzył Miśtał (np. Klaudia Carlos – Grzegorz Miśtał) prezenterka stoi po prawej stronie mężczyzny. Warto zaznaczyć, że w programie *Kawa czy herbata?* podczas przywitania gości i zapowiedzi, zdecydowanie częściej¹ występował układ, w którym kobieta stała po prawej stronie mężczyzny. Można by wziąć pod uwagę, że ustawienie niekoniecznie musi świadczyć o nierównorzędnosci ról w duecie, tylko o przyzwyczajeniu danej pary. Na fakt, że tego aspektu nie można przypisać przypadkowi, wskazują trzy ważne eksponenty programu. Po pierwsze – program ma scenariusz i jest przygotowany. Po drugie – układ, w którym kobieta stoi po lewej stronie mężczyzny, występuje rzadko. Po trzecie – dyskurs telewizyjny jest publicznym rodzajem komunikowania, zapewnianym przez medium masowe, w którym raczej odgrywa się role i akty, a nie bazuje na spontaniczności zatrudnionych aktorów spektaklu.

W duecie Popek – Zimoch to zdecydowanie kobieta wiodła prym. Wzięła na siebie rolę czuwania nad czasem i przebiegiem programu. Świadczą o tym gesty niewerbalne, np. potakiwanie głową w kierunku ekipy lub mruganie okiem na znak, że odbiera od nich komunikaty. Zaraz po tych gestach grzecznie przerywała rozmowę, którą prowadził Zimoch z gościem lub włączała się w nią w taki sposób, żeby ją zakończyć, a on się temu poddawał. To również

¹ W zgromadzonym materiale jest to 84%.

Popek niejednokrotnie pomagała Zimochowi, kiedy ten zapomniał, co ma powiedzieć lub zagmatwał swoją wypowiedź. Można zatem odnieść wrażenie, że to kobieta dowodziła w tym duecie. W takim zachowaniu i zagospodarowaniu przestrzeni przez Popek aktywizuje się jej rola nadana przez realizatora. To semiotyczne dowody na realizację scenariusza, postępowanie według zamysłu uprzednio powziętego. Konotacyjnie daje też efekt pewności, bezpieczeństwa i kontroli, które w mikroskali w tej parze zapewnia kobieta, a w makroskali – ten program.

W kolejnym duecie, Chylewska – Kantereit, było tak samo, to kobieta wiodła prym. Już postawa i ubiór – wyprostowana, duży rozkrok, spodnie – świadczą, według podręczników etykiety i dyplomacji, o dominacji. Warto zaznaczyć, że w innych parach postawa Chylewskiej była odmienna, miękko stała na nogach, pozwala sobie na swobodniejsze ruchy, czasami nawet bardzo dziewczęce, takie jak stanie na jednej nodze czy kiwanie nogą podczas siedzenia (fot. 43).

Fot. 43



Źródło: KcH, 1.12.2009 r.

Chylewska mówiła też głośniejszym i pewniejszym głosem niż jej partner. To ona podsuwała Kantereitowi repliki sugerujące, co dalej powinien powiedzieć, np. „A gdybyś miał w takim telegraficznym skrócie powiedzieć, kto jest dzisiaj głównym gościem poranka, to co byś powiedział?”. Co więcej, to Kantereit zawsze szedł do kuchni oraz wchodząc w rolę gospodarza, pytał gości, czego się napiją, przełamując tym samym kulturowy stereotyp płci, np.

Robert Kantereit: Panie Tomasz, kawa czy herbata?

Tomasz Stockinger: [...] Zdecydowanie kawa.

Robert Kantereit: Paulina?

Paulina Chylewska: Herbatę (fot. 44).

Fot. 44



Źródło: KcH, 1.09.2008 r.

W ostatniej parze Matusiak – Miśtał to mężczyzna był dominujący. Już na etapie zakulisowego przygotowania gości do rozmowy to Miśtał omawiał z nimi pytania, które miały być zadane. Matusiak stała obok i się temu przysłuchiwała. W tym wypadku jednak wrażenie nierównorzędności ról nie wynika z podziału zadań w parze, ponieważ wszystkie segmenty prowadzili wspólnie, lecz z elementów wizerunkowych i suprasegmentalnych. Miśtał ma niski głos, lekko szpakowate włosy, wskazujące na dojrzałość, która z kolei jest, wedle podręczników etykiety i dyplomacji, atutem mężczyzny, gdyż czyni go bardziej wiarygodnym w oczach odbiorców. Okulary również dodają powagi. Zatem Miśtał jawił się jako poważny, kompetentny i powściągliwy. Matusiak ma głos wpadający w wysokie tony, nerwowy śmiech, mówi szybciej od partnera, co uwidacznia kontrast: wolno – szybko. Delikatny i pogodny, lekko uśmiechnięty wyraz twarzy powodował, że Matusiak podczas rozmów na poważne tematy wypadła infantylnie (fot. 45). Z kolei częste spoglądanie na Miśtała mogło dawać wrażenie uznania czy podziwu dla niego (fot. 46). Jest to para, w której nie postawa partnerów, lecz zachowania gestyczne i mimiczne świadczyły o podtrzymywaniu stereotypu i o zmaskulinizowanym świecie.

Fot. 45



Fot. 46



Źródło: KcH, 28.03.2012 r.

Proksemiczny kontrast, który powstał w tej parze, spowodował, że zostały wyeksponowane stereotypowe cechy płci, zatem mężczyzna jawi się jako silna

pleć. Natomiast kobieta jest delikatna, słodka i uśmiechnięta. W konsekwencji powstał psychologiczny efekt Barbie. Ta analiza kilku przypadków pokazuje, ile informacji eksplicytnych oraz implicytnych otrzymuje widz poprzez realizatorski dobór pary w tego typu programie.

Gospodarze

Kolejnym typem wskazanym przez Bogunię-Borowską są prezenterzy, którzy wchodzą w rolę gospodarzy, czyli w studiu „stylizowanym na mieszkanie podejmują gości” (BOGUNIA-BOROWSKA, 2009: 267). Duet damsko-męski w roli gospodarzy domu jest niezwykle charakterystyczny dla programów śniadaniowych, ponieważ w żadnym innym gatunku telewizyjnym nieopartym na fikcji nie ma pary prezenterkiej, która imituje znane z domowej codzienności zachowania gospodarzy domu. Ta rola realizowana jest na dwóch płaszczyznach. Jedną płaszczyzną jest ta telewizyjna, czyli imitowanie goszczenia widzów w programie. Drugą ta studyjna, w której podejmują gości w swoim salonie, w ich kuchni gotuje zaprzyjaźniony kucharz, który sprawia wrażenie przyjaciela domu, a mieszkanie jest udekorowane adekwatnie do okoliczności (fot. 47).

Fot. 47



Źródło: KcH, 5.05.2009 r.

Źródło: KcH, 30.11.2009 r.



Źródło: KcH, 2.04.2010 r.

Źródło: KcH, 14.02.2013 r.

W maju w studiu są świeże bzy, w andrzejki – świece i towarzyszący temu utwór *Czas relaksu* grany na pianinie. W wiosenne święta – żółte tulipany, wierzbowe bazie oraz rzeżucha. Z kolei w walentynki – serduszka i czerwone kwiaty. Te wszystkie elementy aktualizują czasoprzestrzeń i tworzą domową atmosferę.

Częste używanie zaimka dzierżawczego „nasz” w wypowiedziach prezentatorów świadczy o tym, że jest to ich mieszkanie: „w naszej kuchni dziś gotuje...”, „naszym gościem jest dzisiaj...” , „naszymi gośćmi będą...” lub bardziej rozbudowane wypowiedzi:

Robert Kantereit: I proszę nas dziś oglądać uważnie, jako że mamy nowe mieszkanie: nowe ściany, nowe meble, nowa kuchnia, nawet mapa pogody, którą państwo widzą...

Paulina Chylewska: Sam urządałeś?

Robert Kantereit: Noo... Specjaliści urządzali.

KcH, 1.09.2008

Należy dodać, że użyty tu zaimek osobowy („my”) i dzierżawczy („nasz”) włącza w zakres gospodarzy. Zarówno zaproszeni goście, jak i widzowie pozostają poza zbiorowością. Zatem jest to figura „my” ekskluzywnego. W dyskursie telewizyjnym często żongluje się tymi retorycznymi figurami i stosuje się także „my” inkluzywne w celu włączenia w zbiorowość widzów przed ekranami swoich telewizorów.

Istotnym punktem w domowej przestrzeni jest kuchnia, która ma wymiar symboliczny. Potocznie mówi się, że kuchnia jest sercem domu. Niejednokrotnie da się również usłyszeć przestrożę „gdy kuchnia stygnie, stygnie i miłość”. W wielu domach do dziś w kuchni stoi piec, który daje ciepło, na którym się gotuje, przy którym tworzy się ognisko domowe (*Słownik frazeologiczny*). Kolejny związek frazeologiczny, który można tu przywołać to „znać coś od kuchni” sugerujący, że do kuchni zapraszamy bliskich, zaprzyjaźnionych, tych, którzy mogą poznać dom „od kuchni” (SF). Obcych oficjalnie zaprasza się do salonu. Kuchnia i jedzenie są istotnym elementem w polskiej kulturze, na co istnieją dowody w postaci wielu przysłów czy związków frazeologicznych, nie stanowi to jednak przedmiotu tej pracy. Serce domu jest kolejnym przykładem aktualizacji w tym programie wartości typowych dla danej kultury, czyli stereotypów. To krótkie antropologiczne wprowadzenie było potrzebne również do tego, żeby pokazać, że kuchnia w programie śniadaniowym również jest ważnym elementem składowym, często powracającym w ciągu trwania programu, co podkreślają także badacze:

Trudno sobie wyobrazić dom, mieszkanie czy apartament bez tego pomieszczenia. Jego obecność potwierdza realność przestrzeni. Kuchnie są wyposażone we wszystkie niezbędne akcesoria: zlewozmywak, funkcjonalne szafki, duży stół lub blat, wiele garnków, talerzy, różne przyprawy i produkty.

DĄBROWSKA-CENDROWSKA, 2014: 52

Kuchnia w programie *Kawa czy herbata?* również jest wyposażona w kilka piekarników, lodówkę oraz różne sprzęty, które można zaliczyć do grupy „małe

AGD”. Zatem jest to miejsce w przestrzeni studia, w które zainwestowano dużo pieniędzy, to także potwierdza ważność kącika kuchennego. Warto również zaznaczyć, że program *Kawa czy herbata?* był prekursorem gotowania na ekranie w polskiej telewizji:

Kawa... w wielu aspektach była nowatorska i oryginalna. Miała pierwszą kuchnię na wizji. Nasze zaproszenia przyjmowali uznani mistrzowie smaku i podniebienia: Jan Kościuszko, Karol Okrasa, Robert Sowa.

SCHYMALLA, 2014: 26

Dziś gotowanie na ekranie wpisuje się w dominującą w dyskursie telewizyjnym współczesną tendencję – poradnictwa obecnego zarówno w postaci programu, jaki i stacji telewizyjnej z nadrzędnym poradnikowym celem.

Do kuchni w poranku prowadzący zawsze zapraszali widzów i gości następującymi formułami:

Marek Zając: A w kuchni Staszek Pacholski dziś w trybie ekspresowym, bo będzie nas uczył wykonywać dania, przygotowywać dania w 5 minut, ale dania niebanalne.

Paulina Chylewska: To się nie da, to się nie da.

M.Z.: Zobaczysz.

Kucharz: Da się, da się...

KcH, 1.12.2009

Paweł Pochwała: W naszej kuchni Jacek Szczepański. Witamy cię, Jacku, bardzo serdecznie.

Iwona Schymalla: Pracuje od samego ranka.

P.P.: Czyli na pewno dzisiaj będziemy mówić o kuchni odchudzającej...

Kucharz: Nieodchudzającej, ja mam kryzys już. Ja mam naprawdę po dwóch miesiącach...

I.S.: Właśnie. Ja widzę po oczach, że coś się z tobą dzieje.

K.: ... kryzys.

P.P.: Ciężko co? Wytrzymać.

K.: Ciężko. No łatwo przybrać, ciężko zrzucić.

P.P.: [śmiech – E.T.].

KcH, 4.05.2009

Marek Zając: A teraz George Clooney kuchni, czyli Stefan Birek. Witamy cię, Stefanie, bardzo serdecznie. Dzisiaj Stefan będzie znowu pokazywał nam różne sztuczki w kuchni, bo przypominam, że od trzech tygodni zajmujemy się nie tylko przepisami, nie tylko receptami na jakieś fantastyczne potrawy, ale też pokazujemy, jak wykorzystać nowoczesne technologie w kuchni.

Paulina Chylewska: Tak, ale gotujemy przy okazji smacznie i Stefan jest najlepszym przykładem na to, że to się da pogodzić, że można gotować z użyciem nowoczesnych technologii, a jednocześnie gotować naprawdę smacznie...

KcH, 6.05.2009

Piotr Maślak: Stefan Birek i ziemniaczana kuchnia. Stefan, dzisiaj oddajemy hołd królowej Bonie, która przywiozła do Polski ziemniaki.

Kucharz: Tak kłaniamy się nisko oczywiście. No nie tylko ziemniaki, bo wiele warzyw jest w naszej kuchni dzięki Bonie, ale ziemniaki tak. Dzisiaj one będą w naszej kuchni yyy królować...

KcH, 18.02.2010

Marek Zając: Minął sierpień, mija wrzesień. Chciałoby się za Jeremim Przyborą zaśpiewać: „addio pomidory, addio utracone” i ta właśnie piosenka zainspirowała Marcina Kręglickiego, który buczy czymś tam i na części pierwsze rozkłada tego pomidora.

Kucharz: Jakie piękne, jakie piękne [trzyma w ręku plaster pomidora – E.T.]. Dzisiaj rzeczywiście już pogoda nie nastraja, nie ma tego słońca, które zakłęte jest w pomidorach zwykle, ale cieszymy się, cieszymy się jeszcze ostatnim momentem pomidorów...

KcH, 18.09.2008

Powyższe przykłady pokazują, że gospodarze dobrze się znają z kucharzami, którzy gotują w ich kuchni. Niekiedy wychodzą z roli oraz funkcji i zachęcają kucharzy do zwierzeń dotyczących na przykład ich prywatnych skłonności, zmartwień czy postanowień. Te wstawki wyraźnie słychać w rozmowach. Dowodzą zatem obecności teatralizacji, a więc bycia w roli w studiu, nie zaś bycia prywatnie. Zwracają się też często do kucharzy po imieniu, żartują z nimi. Traktują ich jednak jak artystów, specjalistów, ekspertów w dziedzinie gotowania, poświadczają to słowa: „piosenka zainspirowała Marcina Kręglickiego”, „A teraz George Clooney kuchni”, „Stefan jest najlepszym przykładem na to, że to się da...”. Zatem na podstawie prezentacji kucharzy widz ma mieć wrażenie, że w porannej kuchni gotują przyjaciele gospodarzy, którzy są zarazem nieprzeciętnymi fachowcami, co z kolei jest faktem.

Aranżacja kuchni wraz ze zmianami studia również była modyfikowana.

Fot. 48



Źródło: KcH, 4.05.2009 r.

Źródło: KcH, 18.02.2010 r.



Źródło: KcH, 29.06.2011 r.



Źródło: KcH, 14.02. 2013 r.

Kuchnia w programie zawsze tętniła życiem. Jak widać na fotografiach zebranych pod numerem 48, jest w niej dużo świeżych warzyw, wypieków, rozmaitych dań. Kuchnia była przytulna i kolorowa. Naprawdę się tam gotowało, piekło, smażyło, kroilo, dusiło, mieszało. Potrawy skwierczały na patelniach, bulgotały w garnkach, a nad nimi unosiła się para. Dania były pokazywane z bliskich ujęć. Zbliżenia i intensywne oświetlenie, czyli semiotyczne hiperbole, były używane po to, żeby wszystko wyglądało apetycznie, zachęcająco (fot. 49). Kadrowanie powoduje powstanie synestezji, bo patrząc na te dania, widz niemalże czuje ich woń, odczuwa ciepło gotujących się potraw, wyobraża sobie smak i przede wszystkim – odczuwa głód, ma ochotę je zjeść. Wspaniale opisuje to związek frazeologiczny „aż ślinka cieknie” (SF) na ich widok. Gotowanie na żywo wpisuje się w dążenie do realizmu czasowego i przestrzennego w programie.

Fot. 49



Źródło: KcH, 17.02.2010 r.



Źródło: KcH, 29.06.2011 r.



Źródło: KcH, 8.06.2010 r.



Źródło: KcH, 18.09.2008 r.



Źródło: KcH, 28.06.2011 r.

Zaprezentowane tu zdjęcia (fot. 49) dowodzą, że obraz w telewizji jest ważnym komponentem, wspomagającym kreowanie telewizyjnej rzeczywistości:

Media nie obrazują, lecz potencjalnie kształtują i kreują, potencjalnie – bowiem warunkiem wykreowania medialnego obrazu (będącego światem samym

w sobie) jest czynne współdziałanie użytkowników. [...] We współwykreowanej przez siebie rzeczywistości chce się po prostu być, chce się jej doznawać, w niej działać i bawić się.

WILKOSZEWSKA, 1999: 21–22

Obraz w telewizji angażuje widzów przez silne oddziaływanie na zmysły i emocje. Niejednokrotnie przysłania treść. Kolorowa kuchnia i apetyczne dania odwracają uwagę widzów od banalnych dialogów. Gdy rozmowa towarzyszy mieszanii, krojeniu, odbiorca może mieć wrażenie, że uczestnicy dialogu mówią ciekawe rzeczy, odkrywają przed nim zaskakujące, kulinarne tajemnice. Jednak, kiedy te dialogi pozbawi się obrazu, obnaża się ich wartość informacyjną. Tu doskonale widoczna jest koincydencja kodu werbalnego i ikonycznego w telewizji oraz wartość rozważań nad nimi. Analizowany fragment programu ilustruje zdecydowaną dominację przekazu ikonycznego nad werbalnym. A przecież istnieją też inne układy (JACHIMOWSKA, 2005; SITKOWSKA, 2013).

Kuchnia w poranku jest realizowana w bardzo podobny sposób jak telewizyjne programy kulinarne, w których osoby gotujące opowiadają widzom po kolei, co robią, udzielają porad kulinarnych. Czasami towarzyszą im zaproszeni goście, z którymi rozmawiają o gotowaniu, wymieniają się doświadczeniami, przepisami. Zdarza się, że na telepiśmiennych planszach wyświetlane są szczegółowo rozpisane przepisy na przygotowywane w programie dania (fot. 50).

Fot. 50



Źródło: KcH, 1.12.2009 r.

Źródło: KcH, 22.09.2008 r.

W kuchni *Kawy czy herbaty?* są też obecni gospodarze, którzy próbują potraw, podjadają z patelni, mieszają, kroją, wachają, pytają o szczegóły i z niecierpliwością czekają na ukończenie dania (fot. 51). Zachowują się spontanicznie, naturalnie, pokazują emocje, które widoczne są w mimice twarzy (grymasy, uśmiech, zdziwienie itp.) oraz wyrażane za pomocą wyrazów dźwiękonaśladowczych, np. „mniam”, „hmm”, „mhm”, „ufff”, „ciach”. Niezwykle często prowadzący przedłużają samogłoski, np. „pychaaa”, „saaafata”, „paaachnie”. Ta reduplikacja fonetyczna również ma podkreślać pozytywne wartości, które wnoszą te czyn-

ności wykonywane w studiu i ich udzielanie się widzowi. Emocje udziela się mu bowiem o wiele szybciej, niż ziści się potrawa w jego własnym domu.

Fot. 51



Źródło: KcH, 1.09.2008 r.



Źródło: KcH, 28.01.2009 r.



Źródło: KcH, 11.06.2010 r.



Źródło: KcH, 10.03.2009 r.



Źródło: KcH, 11.03.2009 r.



Źródło: KcH, 30.06.2011 r.

Gospodarze, pytając o różne szczegóły kucharza, pomagają widzom usystematyzować przepisy chaotycznie lub za szybko podane wcześniej przez gotującego. Prezenterzy spajają również to, co dzieje się w kuchni na wizji i poza nią. Oto przykład takiego dialogu, który trwał 3 minuty:

Iwona Schymalla: Już możemy przejść do pana Janusza Hołowni. Pan Janusz troszkę mnie zaskoczył dzisiaj...

Kucharz: Rzodkiewką?

I.S.: No rzodkiewką też, ale głównie tymi kwiatami, które **będziemy** zaraz obtaczać w cieście. To **powiedzmy** od początku, jak takie rzodkiewki na ciepło się przyrządza, żeby miały smak i żeby były naprawdę pyszne?

K.: To jest na łyżce masła podrumieniony, podrumienione ziarna słonecznika.

I.S.: Czyli najpierw łyżka masła – rozpuszczamy, ziarna słonecznika – chwilę?

K.: Chwila. Podrumieniamy.

I.S.: Yhm...

K.: Wrzucamy pokrojoną, jeśli są małe rzodkiewki, to na połówki, jak większe, to na ćwiartki.

I.S.: Na ćwiarteczki i co, i koniec?

K.: Wrzucamy, chwilę dusimy, podlewamy odrobiną bulionu. Dusimy. One nie powinny być bardzo miękkie.

I.S.: Dodajemy pieprz, sól, jakieś przyprawy?

K.: W tym bulionie.

I.S.: W tym bulionie są.

K.: Tak.

I.S.: Czyli to taki bulion z kurczaka.

K.: Może być.

I.S.: Może być.

K.: Tak może być jarzynowy, jak ktoś nie lubi i posypujemy szczypiorkiem i to jest świetny dodatek.

I.S.: Do czego?

K.: Kucharz: Do mięsa wieprzowego, na przykład.

I.S.: Tłustego mięsa.

K.: Ale to nie jest ostre.

I.S.: I trochę szczypiorku. Rzeczywiście wygląda pysznie.

K.: Ta rzodkiewka, jeżeli jest nawet gruntowa, bo jeżeli rzodkiewka jest z gruntu, to wtedy jest zawsze bardziej pikantna.

I.S.: Yhm.

K.: I jest bardziej piekąca.

I.S.: Jak poznać, kiedy rzodkiewka jest dobra jak ją kupujemy? Ona musi być twarda czy...

K.: Musi być twarda, a liście powinny być krótkie i ciemnozielone.

I.S.: Krótkie, ciemnozielone liście?! Nigdy na to nie zwracam uwagi. Pokażmy może.

K.: Ta to jest takiej średniej wielkości.

Fot. 52



Źródło: KcH, 8.06.2010 r.

I.S.: Ta jest dobra rzodkiewka [pokazuje palcem na rzodkiewkę, fot. 52 – E.T.]?

K.: To już taka mniej dobra.

I.S.: Mniej dobra.

K.: Taa...

I.S.: No właśnie widzę, że te liście są takie mniej zielone.

K.: Powinny być takie króciutkie. Jeżeli są takie wybiegnięte liście, długie, żółtawe, to wiadomo, że już jest odświeżana.

I.S.: Niby tu pan rzodkiewkę przyrządza, a tu pojawiły się kartofelki młode pyszne.

K.: To jest na gorąco. Na zimno są ziemniaki, to jest też na czasie, ziemniaki gotowane w łupinach. Do tego jest twarożek. Taki sos z twarożku. Pół gęstego jogurtu, rzodkiewki i rukoli, z dodatkiem, on jest taki lekko zielonkawy, bo jest olej z pestek dyni.

I.S.: Ooo... bardzo dobry pomysł. I jeszcze jest co?
K.: Jeszcze jest sałatka. To jest też takie połączenie, niedługo się żegnamy ze szparagami, z zielonych szparagów, pół rzodkiewki, pomidorów.
I.S.: Ooo..., czyli szparagi jemy na surowo. Kroimy drobnutko w plastry, tak?
K.: Inaczej dzisiaj są.
I.S.: Inaczej.
K.: My je zwykle gotujemy a... a... a...
I.S.: Ale tylko zielone nadają się do takiej sałatki.
K.: Zielone są takie bardziej charakterystyczne, smaczniejsze.
I.S.: Smaczniejsze.
K.: Bardziej charakterystyczne w smaku.
I.S.: A jaki sos pan tutaj dodał?
K.: A sos mam już tutaj wymieszany. To jest ocet balsamiczny biały, oliwa z oliwek, musztarda i koncentrat pomidorowy.
I.S.: Hmm... **Będziemy próbować.**
K.: I trochę czosnku jak ktoś lubi.
I.S.: Janusz Hołownia w naszej kuchni. Pierwsza potrawa: rzodkiewki tym razem na gorąco, zimne kartofle, ale z pysznym sosem twarogowym i sałata.
K.: Kartofle te są już, wystygły, bo za wcześniej ugotowane, ale najlepsze są prosto z garnka.
I.S.: Gorące [gest wzmacniający, fot. 53 – E.T.].

Fot. 53



Źródło: KcH, 8.06.2010 r.

K.: Gorące z tym zimnym sosem.
I.S.: No dobrze, a kiedy będzie kwiat bzu, bo się nie mogę doczekać.
K.: O 7:00.
I.S.: O 7:00. Dobrze.
K.: On dojrzeje.
I.S.: A teraz nasi goście.

KcH, 8.06.2010

W przytoczonym tekście zostały zaznaczone czasowniki w 1 os. l. mn.: „będziemy” i „powiedzmy”. Pierwszy wskazuje na wspólne gotowanie. Prezentarka sugerowała, że razem z kucharzem będzie wykonywać rozmaite czynności w kuchni. W tym przypadku będzie obtaczać kwiaty w cieście. W rzeczywistości zrobi to kucharz, a prezenterzy będą mu jedynie towarzyszyć. Drugi czasow-

nik z kolei wskazuje na to, że oprócz osób w kuchni jest jeszcze widz, któremu należy zrelacjonować to, co dzieje się w kuchni, kiedy nie ma jej na wizji. Ta sytuacja znowu obrazuje odgrywanie i trzymanie się roli przez gospodarzy, którzy działają na dwóch płaszczyznach i muszą je spójnie godzić. Balansują oni bowiem między studiem – kuchnią (perspektywa mikro) a programem telewizyjnym (perspektywa makro).

Powyższy przykład obrazuje realizację dwóch gatunków: przepisu kulinarnego i porady. Oba są adaptacjami gatunkowymi, gdyż są wkomponowane w rozmowę imitowaną na potoczną, taką „przy okazji w kuchni”. Schymalla nie tylko jest osobą pytającą, tak jak w przypadku konsultacji z ekspertem, ale też sama wykazuje się wiedzą. Oto przykład takiej repliki: „Ale tylko zielone nadają się do takiej sałatki”.

W porannej kuchni nie tylko się gotuje, ale także się rozmawia, żartuje i je. Czasami przychodzi tam duet gospodarzy, innym razem sam prezenter, później prezenterka. Zdarza się też, że gospodarze zapraszają do kuchni swoich gości. Niezależnie jednak od tego, czy w kuchni rozmawiają dwie, trzy lub więcej osób, zawsze nawiązuje się do jedzenia i przeważnie rozmawia się w pozycji stojącej, zaglądając do misek, garnków, patelni (fot. 54). Oto przykłady:

Fot. 54



Źródło: KcH, 1.09.2008 r.

Źródło: KcH, 14.02.2013 r.



Źródło: KcH, 17.02.2010 r.

Źródło: KcH, 2.12.2009 r.

W kuchni poranka jest dynamicznie i wesoło. To właśnie tam tworzy się familiarna atmosfera. Gospodarze często obnażają prywatne relacje z kucharzami i swoimi gośćmi. Oto przykłady:

1. Grzegorz Miśtał: A ja mam pytanie do Ciebie, Agato, czy wiesz, co łączy awokado, kawior i ostrygi?
Agata Konarska: Hmm... No nie wiem, ale **wszystkie te potrawy bardzo lubię**.
G.M.: Otóż łączy je to, że wszystkie one są uważane za afrodyzjaki.
KcH, 29.06.2011
2. Iwona Schymalla: Stefan Birek, witaj **Stefanie**, jest dzisiaj w naszej kuchni. Na razie nie powiemy, co będziesz przyrządzał, bo to jest niespodzianka dla naszego gościa, który już za chwilczkę pojawi się w studiu.
KcH, 10.09.2008
3. Robert Kantereit: Częstujcie się. Na co macie ochotę?
Kucharka: Może kanapkę?
Tomasz Stockinger (gość): My tu wymyślamy nowe przepisy.
R.K.: Może coś takiego? Spróbujcie [podsuwa gościom talerz – E.T.].
KcH, 1.09.2008
4. Iwona Schymalla: **Jacku**, ty opowiedz lepiej o tym swoim kryzysie. No wyjdiesz z tego. **Jacek** się odchudza cały czas. Traci kolejne kilogramy, biega.
Paweł Pochwała: Nie traci.
I.S.: A dzisiaj nam powiedział, że przechodzi taki kryzys.
P.P.: To się chyba nazywa efekt jojo, tak?
I.S.: Nie. Jojo, to potem...
Kucharz: Nie, nie. Lenistwo.
P.P.: To się nazywa lenistwo.
K.: Brak, brak...
P.P.: Ruch! Oczywiście!
K.: Nie, brak akumulatorów.
P.P.: Co to znaczy?
I.S.: Czegoś ci potrzeba? Jak ci możemy pomóc?
K.: Znaczy... yyy... miła kobieto, ty zawsze możesz pomóc [wszyscy śmiech – E.T.], ale nie w tym rzecz. Rzecz jest w tym, że potrzebuję tego ruchu, mam czas, tylko nie chce mi się.
P.P.: To niedobrze. Nie, nie! Musisz absolutnie z tym walczyć.
KcH, 4.05.2009
5. Marek Zająć: Nasi tancerze zamiast tańczyć, bardzo się zadomowili w kuchni. **Marcin**, ten program to nie jest taka sielanka: kawka, herbatka, dobra zupa u **Staszka** Pachulskiego. Do pracy, do pracy panie i panowie.
Marcin Hakiel (gość): **Staszek** nas zaprosił. Tutaj już wiesz... sosik grecki, tak? Grecki?
Kucharz: Tak, tutaj jest sos grecki.
M.H.: I na rybę czekam. No dobra to potańczmy trochę i rybka będzie gotowa.
K.: No nie, tu **Marcin** też mi zdradził parę takich swoich tajników.
M.H.: Jaaasne.
K.: Tajnych sekretów kulinarnych.

M.H.: Jajecznicą...

K.: On umie gotować, wyobraźcie sobie! On umie gotować.

M.H.: Przepraszam, wodę w czajniku.

Z.: Tak na początku traktowałeś źle Marcina, że myślałeś, że nie umie gotować?!

K.: Nie no chciałem sprawdzić i okazało się, że jest świetny.

KcH, 17.02.2010

6. Beata Chmielewska-Olech: No właśnie, drodzy państwo, saaałata dzisiaj króluje w naszej kuchni. Niskokaloryczna, lekka i zdrowa. W 90% złożona z wody. Absolutny hit tego lata. Eee Marcin Jabłoński eee jest naszym dzisiejszym ekspertem od sałaty, można by powiedzieć „zielonym ekspertem”. Twój rodzice prowadzą gospodarstwo ekologiczne, a ty skrzętnie to wykorzystujesz i korzystając z tych produktów ekologicznych – gotujesz!

Kucharz: Dokładnie. Tak.

Paweł Pochwała: Jak tutaj dzisiaj pięknie pachnie.

B.Ch.-O.: No pięknie pachnie, ja to w ogóle się... absolutnie jestem pod wielkim urokiem tego zapachu. Szkoda, że państwo tego nie czują.

P.P.: No, ale panie Marcinie, najprostsza sprawa: bierzemy jeden listek, drugi listek, trzeci listek... tak wszystko wymieszymy. Troszeczkę oliwy...

B.Ch.-O.: Nie, nie, nie, ale poczekaj, ale to nie z byle czego, to tak nie wyjdzie. Powiedzmy o tych sałatach.

K.: Z tym bym się nie zgodził.

P.P.: A co pan nam proponuje?

K.: Może proponuję za chwilę, ja chciałem przedstawić ten cały bukiet aromatyczny, esencjonalny, który państwo tutaj widzą...

KcH, 30.06.2011

7. Radosław Brzózka: A Marcin dziś zmarznięty nieco.

Kucharz: No dokładnie. Powiem, co zrobić używając mrożonych warzyw, żeby było w domu przyjemnie i trochę się ociepliła atmosfera.

Agnieszka Szulim-Badziak: A mrożone warzywa są tak samo wartościowe jak te świeże?

K.: Tracą minimalnie 15–20% na witaminach, na białku niż, np. pasteryzowanie, solenie, peklowanie, czyli najlepsza forma przechowywania. Co jest plusem, to, że możemy mieć orientalne warzywa przez cały rok w Polsce...

R.B.: Zanim powiesz nam jak przygotować poszczególne dania, powiedz nam, jaka jest pogoda w tej chwili w Augustowie?

K.: Yyy... Cudowna.

A.S.-B.: Nie wiedziałeś.

K.: Cudowna, jak na Hawajach 12.

R.B.: Naprawdę +12 było?!

A.S.-B.: U Marcina w domu. Na kanapie +12 [wszyscy się śmieją – E.T.].

R.B.: No to zostawiamy cię z tymi wszystkimi, pysznymi, zdrowymi mrożonkami.

KcH, 11.06.2010

W powyższych przykładach dominuje humor, nieoficjalność, sympatia (przykłady: 3, 4, 5, 6). Prowadzący wymieniają z gośćmi i z kucharzami żartobliwe, czasami nawet sarkastyczne repliki. W większości są ze sobą w relacji na „ty”, co zostało zaznaczone w przykładach pogrubioną czcionką. Dialogi i polilogi są spontaniczne, często chaotyczne, przerywane. Uczestnicy rozmowy wchodzić sobie w słowo, przez co niektóre zdania nie zostają dokończone. Przykład 4. pokazuje rozmowę, w której uczestniczyły cztery osoby, a która została zdominowana przez dwie: gościa Marcina Hakiela i kucharza Stanisława Pachulskiego. Z kolei przykłady 3. i 5. pokazują zdominowanie kucharza w pierwszej minucie rozmowy przez prowadzących. Kucharz nie był w stanie włączyć się do rozmowy. Gospodarze zadawali pytania, ale nie czekali na odpowiedź. Sytuacja nr 2 to z kolei wspaniały przykład na realizowanie roli gospodarza domu, czyli częstowanie gości jedzeniem. Niejednokrotnie prowadzący proponują swoim gościom, również w salonie, kawę lub herbatę. Przytoczone przykłady obrazują także familiarność i prywatność, które pojawiły się już przy okazji rozmów z kucharzem. Znowu dochodzi do mieszania płaszczyzn publicznej i familiarniej, potwierdzających w tym medialnym obrazie świata partnerstwo publiczno-prywatne. Z jednej strony wszyscy uczestnicy rozmowy są w jakiejś roli, którą wyznaczył im scenariusz programu, z drugiej zaś – znają się prywatnie i tę towarzyską relację ujawniają na wizji.

Innym sposobem aktualizacji relacji partnerskiej między interlokutorami są następujące eksponenty: zdrobnienia, które, zostały podkreślone w przykładach; liczne kolokwializmy; ekspresywizmy; krótkie repliki i wtrącenia. Ich używanie może być przesłanką do tego, że rozmowy nie zostały przygotowane i rozpisane, lecz są spontanicznie realizowane na ekranie. W kuchni, jak w żadnym innym segmencie tego programu, pojawia się niezwykle dużo poufałości, spontaniczności, dynamizmu i przejęczyń, czasami także chaosu.

Istotnym zadaniem prezenterów jako gospodarzy jest witanie gości w studiu i przyjmowanie ich w salonie. W programie *Kawa czy herbata?* robi się to na dwa sposoby. W pierwszym wariacie gospodarze na wizji wprowadzają swoich gości do salonu, witają się z nimi i wskazują miejsce, na którym mogą usiąść. Drugi, zdecydowanie częstszy, polega na tym, że goście razem z prowadzącymi siedzą już przy stole i w tej pozycji odbywa się ich prezentacja. Ta dominacja też jest znacząca. Stanowi mocny dowód na istnienie tego programu jednak w przestrzeni relacji publicznej. Pomija się wszak aranżację przestrzeni, etap siadania gości i technologicznej łączności z nimi. Kamera kadruje już etap statyczny, przygotowany do realizacji. Kanapa imitować ma relacje partnerskie i domową atmosferę, faktycznie wszystko podtrzymuje relację niesymetryczną przestrzeni publicznej. Oto przykłady:

Przemysław Babiarz: Witam serdecznie pani Danuto. **Moje uszanowanie.**

Fot. 55



Źródło: KcH, Archiwum TVPI, 13.01.1995 r.

P.B.: Zapraszamy do nas.

Iwona Schymalla: Zapraszamy. Dzień dobry.

Fot. 56



Źródło: KcH, Archiwum TVPI, 13.01.1995 r.

I.S.: Proszę bardzo [wskazanie dłonią miejsca – E.T.].

Fot. 57



Źródło: KcH, Archiwum TVPI, 13.01.1995 r.

W przytoczonej sytuacji pojawia się zwrot „moje uszanowanie”, który jest formą ustnego powitania lub pożegnania, ale uznawany współcześnie za przestarzały (MARCJANIK, 2009: 40–44). Jednak mając na względzie fakt, że ta formuła grzecznościowa była użyta w 1995 roku, nie można orzec, że w tym czasie również uchodziła za przestarzałą. Niezaprzeczalnie był to wyraz grzecz-

ności, po którym nastąpiło pocałowanie dłoni zainicjowane przez gospodarza (fot. 55). Całowanie w rękę to również gest zaliczany w przestrzeni towarzyskiej do tych przestarzałych, współcześnie oceniany jako zbyt poufały czy nawet intymny (MARCJANIK, 2009: 23), a w sytuacjach biznesowych – niedopuszczalny (KAMIŃSKA-RADOMSKA, 2010: 19–20). W omawianym przykładzie jest to natomiast wyraz kurtuazyjnego zachowania gospodarza wobec gościa – kobiety. Później wstaje Schymalla i jako pierwsza wyciąga rękę do uścisku (fot. 56). Gospodarz, wedle zasad precedencji, pierwszy powinien wyciągnąć rękę do powitania bez względu na rangę, status, wiek czy płeć (KAMIŃSKA-RADOMSKA, 2010: 65). W powyższym przykładzie zarówno Babiarz, jak i Schymalla występowali w roli gospodarzy. Prezenterka po przywitaniu wskazała miejsce, w którym gość powinien usiąść. Podczas gdy obie panie siadały, prezenter czekał, w tym czasie rozpiął guzik marynarki (fot. 57) i dopiero usiadł. Zatem cała sytuacja była w pełni zrealizowana według zasad etykiety, a nawet miała przesadnie publiczny charakter.

W kolejnym przykładzie gości do salonu wprowadza Aleksandra Rosiak, a towarzysząc jej Marek Zajac czeka już w salonie:

Aleksandra Rosiak: Ja już zapraszam naszych gości.

Marek Zajac: **Witamy bardzo serdecznie. Proszę od razu wybaczyć, ja przejdę do przeglądu prasy, ale się pojawię tam.**

Fot. 58



Źródło: KcH, 4.09.2008 r.

Aleksandra Rosiak: **Zapraszam bardzo serdecznie. Witam serdecznie. Bardzo mi miło gościć państwa dzisiaj w programie. Markowi zapewne również.**

KcH, 4.09.2008

W przykładzie zaprezentowanym powyżej zaznaczone zostały formuły grzecznościowe. Widoczne jest ich natężenie względem przykładu pierwszego. Oprócz werbalnego przywitania gości, formuły grzecznościowe wzmocnione są gestami: uściśnięcie dłoni oraz lekkie pochylenie tułowia w przód, czyli lekki ukłon wyrażający szacunek. W tej sytuacji do uściśnięcia dłoni doszło tylko

między paniami, gest został zainicjowany przez Ewę Kuryło. Nie jest to jednak dowód na to, że Rosiak nie czuła się gospodarzem, a raczej świadczy o niepewności debiutującej wtedy prezenterki, którą mogła wyczuć doświadczona aktorka, dlatego przejęła inicjatywę i zastosowała zasadę, wedle której to starsza kobieta podaje rękę młodszej (KAMIŃSKA-RADOMSKA, 2010: 66). Rosiak czekała aż goście usiądą i dopiero wtedy również to zrobiła.

Fot. 59



Źródło: KcH, 4.09.2008 r.

Prezenterka w pozycji siedzącej zaczęła przedstawiać gości, zaczynając od panów, kiedy na końcu doszła do Ewy Kuryło, zorientowała się, że popełniła *faux-pas* i przeprosiła:

Jak już powiedzieliśmy rezydenci słynnej eee, ranczowskiej ławeczki, czyli eee pan Bogdan Kalus, pan Sylwester eee Maciejewski oraz eee pan Piotr Pręgowski i oczywiście, **przepraszam bardzo, od pani powinienam zacząć**, pani Ewa Koryło.

KcH, 4.09.2008

Przypuszczenie o niepewności prezenterki potwierdzają również liczne pauzy wypełnione, czyli embolofazje. Przyznanie się do popełnionego nietaktu pozwala sądzić, że prezenterka zna zasady grzeczności, ale być może pod wpływem stresu lub niewielkiego doświadczenia nie była w stanie zsynchronizować kilku elementów: witania gości, przedstawiania ich w odpowiedniej kolejności oraz myślenia o pierwszym pytaniu. Warto też zwrócić uwagę na zachowanie gospodarza, który tłumaczy, że nie może usiąść z gośćmi. Wyczuwa zatem, iż fakt, że nie może im towarzyszyć, jest nietaktem. To kolejny dowód na to, że prezenterzy znają powinności wynikające z roli gospodarzy w programie.

Elementem wskazującym na to, że prezenterzy w studiu imitują domową przestrzeń i zachowania do niej pasujące, są kubki lub filiżanki, które trzymają w dłoni nawet podczas przywitania gości (fot. 60).

Fot. 60



Źródło: KcH, 17.02.2010 r.

Źródło: KcH, 20.06.2011 r.

Źródło: KcH, 29.03.2010 r.

Innym razem gospodarze witają widzów, pijąc kawę i rozmawiając ze sobą, a odbiorcy są włączani do tej konwersacji. Można mieć wówczas wrażenie, że nieoczekiwanie zastaje się ich w domu i przysłuchuje ich rozmowie, ale oni szybko się orientują, że nie są już sami i serdecznie widzów przyjmują:

Marek Zajac: Dzień dobry, dzień dobry. Witamy bardzo serdecznie. Jest 29 dzień marca, słońce jeszcze nie weszło, ponieważ była niestety zmiana czasu. Odeta Moro-Figurska: No właśnie, jeśli ktoś się zastanawia nad tym, czy kawa, czy herbata to proponuję: kawa, ponieważ wszyscy musieliśmy dzisiaj, musieliśmy dzisiaj wstać o godzinę wcześniej, więc proszę pamiętać, proszę mieć na względzie to, że czasami możemy się spóźnić, jeżeli nie przestawiliśmy zegarków.

KcH, 29.03.2010

Czasami gospodarze informują widzów, że w czasie przerwy na reklamę lub wiadomości będą pili kawę:

Anna Popek: My teraz zapraszamy państwa na krótką przerwę, napijemy się spokojnie kawy lub herbaty.

Fot. 60a



Źródło: KcH, Archiwum TVP1, 14.05.2001 r.

Marcin Zimoch: To jest taki punkt w scenariuszu pod tytułem „Dajemy państwu od siebie odpocząć”.

KcH, 14.05.2001

Kubki i filiżanki z kawą i herbatą to z jednej strony atrybut poranka, który podkreśla charakter programu na żywo. Z drugiej zaś strony – nawiązanie do tytułu programu, dlatego niezwykle często pada pytanie: kawa czy herbata?

Kolejnym atrybutem domowej przestrzeni jest piesek biegający po studiu i towarzyszący gospodarzom w dniach, w których program prowadzi Szulim-Badziak (fot. 61).

Fot. 61



Źródło: KcH, 5.05.2009 r.

Źródło: KcH, 10.03.2009 r.

Z psem nawiązuje się także werbalny kontakt na wzór pozatelewizyjnego sposobu spędzania czasu z pupilem:

Agnieszka Szulim-Badziak: Amelka, ciebie tam nie ma. Widzę cię!

Radosław Brzózka: [śmiech – E.T.] A jednak nie dała się przekonać.

KcH, 10.03.2009

Zatem jedną z płaszczyzn, na której poruszają się gospodarze programu, jest określana w tej monografii mianem mikro, czyli przestrzeń studia. Drugą płaszczyzną jest relacja prezenter – widz, czyli płaszczyzna makro. Gospodarze nie tylko dbają o swoich gości w studiu i o stworzenie dla nich familijnej atmosfery, lecz dopieszczają także widzów. Cały czas, co już wielokrotnie wskazywano, włączają odbiorców w to, co dzieje się w programie.

Świadczą o tym takie zwroty jak: „Szkoda, że państwo tego nie czują”, „No właśnie, drodzy państwo, sałata dzisiaj króluje w naszej kuchni”, „No właśnie, jeśli ktoś się zastanawia nad tym, czy kawa, czy herbata to proponuję: kawa” oraz częste zwroty adresatywne: „drodzy państwo”, „szanowni państwo”. Dodatkowo gospodarze stwarzali widzom przestrzeń do rozmowy z nimi lub uczestniczenia w rozmowach w studiu. Zgromadzony materiał dowodzi, że od 2008 roku na początku programu prowadzący zadawali widzom pytanie i prosili o odpowiedzi, opowieści, relacje, wspomnienia, zdjęcia itd. Czasami (2009 i 2010 rok) pytanie i adres mejlowy lub sam adres był dodatkowo wyświetlany na telepiśmiennej planszy (fot. 62). Ponadto z gospodarzami programu można było się komunikować za pomocą SMS-ów.

Fot. 62



Źródło: KcH, 1.12.2009 r.

Źródło: KcH, 15.02.2010 r.

Źródło: KcH, 3.12.2009 r.

Prowadzący zachęcali widzów do przysyłania mejli. Oto przykłady:

Paulina Chylewska: Dziś będziemy mówić bardzo wiele o 1 września, bo to data, która ma bardzo wiele znaczeń i zastanawiam się, co dla państwa [wskazanie palcem na widzów, fot. 63 – E.T.] oznacza właśnie pierwszy września?

KcH, 1.09.2008

Fot. 63



Źródło: KcH, 1.09.2008 r.

Marek Zając: Dzisiaj pod adresem kch@tvp.pl pytamy państwa, jak radzić sobie z trudnym, albo, Paulinko powiedzmy sobie szczerze, ze złym szefem?

Paulina Chylewska: Albo jak zły szef radzi sobie z pracownikami, bo też tak może być, albo inaczej, jak szef radzi sobie ze złymi pracownikami tak będzie...

M.Z.: Bo wielu szefów nas zapewne dzisiaj ogląda.

P.Ch.: No tak, ale z drugiej strony mam wrażenie, że ta relacja w tą pierwszą stronę, czyli złego szefa, nie wiem dlaczego, ale mam wrażenie, że występuje częściej.

M.Z.: Pewnie tak, kch@tvp.pl czekamy na państwa porady, jak sobie radzić ze złym szefem i jak sobie radzić z punktu widzenia szefa ze złym pracownikiem.

KcH, 6.05.2009

Grzegorz Miśtał: Dzisiaj prosimy państwa o przysyłanie nam zdjęć pod hasłem „Wspólne chwile spędzone z dzieckiem”. Mogą to być zdjęcia z placu zabaw, wspólnej wycieczki albo zdjęcia z rodzinnej albo przedszkolnej imprezy. Nasz adres kch@tvp.pl.

KcH, 9.06.2010

Beata Chmielewska-Olech: Przez cały dzisiejszy program **czekamy na mejle od państwa** i tym razem, tak oryginalnie, wymyśliliśmy, że nie wymyślimy żadnego konkretnego tematu, tylko poprosimy państwa o to, co państwu na myśl przyjdzie, słowem na każdy temat mogą państwo do nas pisać.

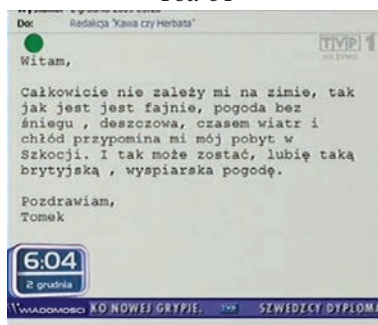
Paweł Pochwała: Tak jest. Także mogą państwo przysyłać zdjęcia na każdy temat.
B.Ch.-O.: Na każdy temat.

KcH, 30.06.2011

Powyższe przykłady wskazują silne nastawienie na impresywność. Gospodarze wprowadzają widzów w temat rozmowy, próbują ich zaangażować w dyskusję. Wyrażają również zainteresowanie tym, co odbiorcy mają do powiedzenia lub do pokazania.

W trakcie trwania programu mejle od widzów są odczytywane przez prowadzących lub odczytywane i dodatkowo wyświetlane (fot. 64).

Fot. 64



Źródło: KcH, 2.12.2009 r.

W programie *Kawa czy herbata?* widzowie chętnie włączali się do dyskusji. Byli nawet wierni fani, którzy codziennie rano pisali do prowadzących mejle, świadczą o tym następujące wypowiedzi:

Agnieszka Szulim-Badziak: Spojrzałam kątem oka [na monitor laptopa – E.T.] i zobaczyłam, że pan Tomasz, który wiernie do nas pisze i proszę 4:07 przyszedł mejl. Panie Tomaszu, jesteście dumni.

KcH, 4.12.2009

Paweł Pochwała: Natomiast pan Tomasz Kozłowski, który zawsze do nas pisze o tej porze, pisze tak: „Całkowicie nie zależy mi na zimie. Tak jak jest, jest fajnie”.

KcH, 2.12.2009

Wszystkie powyżej opisane działania zarówno werbalnie, jak i niewerbalnie obrazują realizację funkcji gospodarzy programu, którzy dbają o komfort i dobre samopoczucie swoich gości w studiu oraz przed telewizorami.

4. Zagadnienie stylu osobniczego

W tym rozdziale uwaga skupiona zostanie na stylu programu śniadaniowego *Kawa czy herbata?* oraz stylu indywidualnym (osobniczym) kilku jego prowadzących. Wcześniej szczegółowo została opisana płaszczyzna niewerbalna, teraz w centrum analizy postawione będzie verbum.

Słowo mówione, będące równoprawnym z obrazem tworzywem telewizji w nowej, kształtującej się telewizji, rozgrywającej się w przestrzeni codzienności [...] staje się elementem wręcz prymarnym.

KISIELEWSKA, 1999: 125

W programie *Kawa czy herbata?* panuje familiarność, którą można zaobserwować w poruszanych tematach, aranżacji studia czy stroju prezenterów. Użyte zaś gatunki budują medialny obraz świata, gdyż widz patrzy na świat przez pryzmat form proponowanych tylko w mediach masowych.

W tej części dominantą będzie rozmowa, ponieważ „Telewizja śniadaniowa bez rozmowy nie istnieje” (SANAKIEWICZ, 2013: 25), „nie istnieje bez ludzi, o których opowiada” (SANAKIEWICZ, 2013: 17). Rozmowy w studiu odbywają się przy stole, przy zwyczajowej kawie i ciastku, dlatego w programie przeważać będzie potoczna odmiana języka, która „jest silnie uzależniona od kontekstu, także pozawerbalnego, i oczywiście także – od sytuacji komunikacyjnej” (LUBAŚ, 2000: 83). Rozmowy w studiu poranka spajają medialny obraz świata oferowany przez telewizję poprzez wybór gatunków z dyskursywnym obrazem, za który odpowiada scena zagospodarowana przez prezenterów – aktorów.

Dominika Bajer zauważa, że przyczyną ekspansji języka potocznego w mediach jest to, że „dla współczesnych mediów postulatem naczelnym stało się [...] posługiwanie językiem »odbiorcy« jako najprostszą i najskuteczniejszą formą dotarcia komunikatu” (BAJER, 2003: 42). Z kolei Elwira Kukieła podkreśla, że „wyraźnie zmniejsza się rola wzorotwórcza mediów w zakresie języka. Na język mediów coraz częściej składają się wypowiedzi banalne” (KUKIEŁA, 2010: 306). Należy oczywiście się z tym zgodzić, choć warto spojrzeć na to zagadnienie szerzej. Styl potoczny, czyli kolokwialny, emocjonalny, powszechny, ale też styl co-

dziennych kontaktów (BARTMIŃSKI, 2001: 118) jest wpisany w charakterystykę niektórych gatunków medialnych. Szczególnie tych, które oparte są na dialogu lub polilogu i familiarności, gdyż „wymiarom potoczności jest współobecność, a jej źródłem – rozmowa” (WARCHAŁA, FURGALSKA-SKUDRZYK, 2007: 29). Do takich gatunków należy niezaprzeczalnie program śniadaniowy, który jest prowadzony w formule na żywo, zatem można zakładać, że wypowiedzi prezenterów są tekstami w większości pierwotnie mówionymi, nieprzygotowanymi. Postulat ten zostaje postawiony mimo pełnej znajomości badań opublikowanych w roku 1994 w zbiorze *Współczesna polszczyzna mówiona w odmianie opracowanej (oficjalnej)* (KURZOWA, ŚLIWIŃSKI, 1994), w którym badacze jednogłośnie wskazują, że w telewizji występuje wyłącznie odmiana mówiona opracowana (LIGARA, COCKIEWICZ, 1994). W momencie, kiedy powstawały i zostały opublikowane te analizy, zdecydowanie tak było. Przykładów potwierdzających ten postulat dostarcza również program *Kawa czy herbata?*. Oto one:

Fragmenty początków poszczególnych segmentów z 1995 roku:

1. Przemysław Babiarz: Budynek w latach 30. **zaplanowany** na pomieszczenie 30 tysięcy woluminów w tej chwili mieści ponad trzy miliony i to wszystko może skończyć się bardzo źle. W studio witam pana Dyrektora Biblioteki Jagiellońskiej, pana doktora Krzysztofa Zamorskiego. To po prostu **zrodziło konieczność** wybudowania drugiej części, dalszej części Biblioteki Jagiellońskiej w Krakowie, ta budowa rozpoczęła się w zeszłym roku. Jaki jest w tej chwili stan prac?

KcH, 13.01.1995

2. Iwona Schymalla: Pan profesor Wiesław Jędrzejczak jest teraz gościem w naszym studio. Witam pana, panie profesorze, w naszym studio. Wrócił pan wczoraj z kongresu hematologów, który **odbył się** w Orlando na Florydzie. W takim miejscu, jak pan powiedział, w którym chcieliby mieszkać wszyscy Amerykanie.

KcH, 13.01.1995

3. Przemysław Babiarz: Zasłuchaliśmy się w śpiew Danuty Błażejczyk, proszę państwa. Tymczasem w naszym studio Ewa Banaszkiewicz z pewnością **znana** państwu z **ekranów telewizorów**, jeszcze do niedawna. Tymczasem **od marca tego roku Redaktor Naczelny telewizyjnej „Anteny”** to znaczy tygodnika „Antena”. Proszę państwa „Antena” obchodzi w tych dniach, czy to dokładnie dziś?

Gość: Tak.

Przemysław Babiarz: Siedemdziesiąte urodziny. Siedemdziesiąte. Proszę państwa, pewien znajomy, kiedy usłyszał, że „Antena” obchodzi siedemdziesiąte urodziny, stwierdził: to niemożliwe przecież telewizja istnieje dopiero od czterdziestu lat. Jak to możliwe, Ewa?

KcH, 13.01.1995

Fragmenty końca poszczególnych segmentów programu z 1995 roku:

1. Przemysław Babiaryz: I powiedzmy, że tylko dzięki hojności państwa jest możliwe, aby **zakończono** budowę skrzydła Biblioteki Jagiellońskiej w 2000 roku. Dziękuję panu ogromnie za przybycie do nas. **Miejmy nadzieję**, że w jakiś sposób ta akcja będzie coraz bardziej się rozrastała. Akcja zbiórki pieniędzy dla Biblioteki Jagiellońskiej.

KcH, 13.01.1995

2. Iwona Schymalla: Panie profesorze, bardzo panu dziękuję. Za wizytę i za rozmowę i za przekazanie nam tych nowinek, o których **mowa była na kongresie** w Orlando na Florydzie. Dziękuję panu bardzo.

KcH, 13.01.1995

3. Przemysław Babiaryz: Ewa, czego życzyć z okazji takiego jubileuszu?
Gość: Słuchaj... tylko życzyć pokonania konkurencji. Jestem znakiem walczącym. Bardzo lubię walczyć, bardzo lubię zdrową konkurencję i bardzo lubię wygrywać.

P.B.: A więc życzymy zwycięstwa w zdrowej konkurencji.

KcH, 13.01.1995

Przytoczone zapowiedzi są rozbudowane. Prowadzący podają nazwiska z honorami („pan profesor...”, „pana Dyrektor Biblioteki Jagiellońskiej, pan doktor...”), liczby, nazwy własne. Robią to bez zająknięcia, czyli bez pauz. Tekst, mimo że mówiony, to w wielu przypadkach bez przekształceń mógłby funkcjonować jako tekst pisany, za tym też przemawiają kolokacje, formy bezosobowe i strona bierna. Warto zaznaczyć, iż zgromadzony materiał pokazuje, że w programie *Kawa czy herbata?* w pierwszej połowie lat 90. poza zapowiedziami programu i poszczególnych jego segmentów oraz poza pytaniami do gości inne wypowiedzi nie występują. Gospodarze programu nie rozmawiają ze sobą. Polilog też występuje rzadziej niż w materiale od 2001 roku, ponieważ najczęściej z gościem rozmawia jeden prowadzący, zatem gospodarze się mijają. Prawdopodobnie ta wymiennosc daje czas prowadzącym na to, żeby się przygotować do kolejnej rozmowy. Niewykluczone, że w czasie nieobecności na wizji za kulisami przygotowywali goście i ustalali przebieg rozmowy.

W materiale z 2001 roku zapowiedzi również są rozbudowane, jednak można już obserwować interakcję między prowadzącymi, którzy wymieniają repliki, uzupełniają się, współpracują ze sobą oraz elementy wskazujące na odmianę mówioną nieopracowaną, np. powtórzenia, które zostały podkreślone w przykładach:

Anna Popek: Witamy państwa bardzo serdecznie. Witamy widzów w Polsce. Witamy widzów za granicami naszego kraju. Dzisiaj, jak państwo już **zauważyli...**

Marcin Zimoch: **Pogodny, przynajmniej w Warszawie, poranek. Tak, że miło.**

A.P.: **Tak.** Dzisiaj ostatni zimny ogrodnik – Bonifacy. Byli już Pankracy i Serwacy dwa dni temu. Jeszcze tylko jutro zimnej Zośki, no i mam nadzieję, że będzie można już posadzić pelargonie. Tak, jak chce to zrobić nasza redakcyjna koleżanka Ela. I mam nadzieję, że już nie zmarzną, i że już koniec przymrozków.

M.Z.: Ja może też posadzę. **Podobno jak jest zimna Zośka to jest ciepłe lato, proszę państwa. I to jest wiadomość optymistyczna.**

A.P.: I oby tak było. No właśnie i muszę państwu powiedzieć, że w tym roku zimni ogrodnicy dali o sobie znać. Oczywiście piątek, przynajmniej w Warszawie, był bardzo chłodny. Ja bardzo zmarzłam, ale się z tego ucieszyłam, bo myślę, że to bardzo dobrze, jeśli jest w przyrodzie coś stałego, co powtarza się zawsze, czego możemy być pewni i co mimo tych wszystkich dziur ozonowych i różnych kataklizmów nie mija i jest i myślę, że podobnie właśnie jak w przyrodzie zimni ogrodnicy, tak my w *Kawie czy herbacie?* zawsze możemy państwa zaskoczyć ciekawymi rozmowami, znakomitymi rozmówcami. I dzisiaj będzie podobnie. A dokładnie, co dzisiaj będzie? **To powie Marcin.** [...]

M.Z.: Minister Radek Sikorski będzie z tego powodu naszym gościem. Wreszcie będziemy mówić o błogosławionych skutkach jedzenia i picia w konsystencji soku, **w formie soku – żurawiny.**

A.P.: **Zamiast tabletek.** Sok zamiast tabletek.

M.Z.: Okazuje się, że żurawina jest naturalnym antybiotykiem. No i krótko mówiąc, jedzcie i pijcie sok z żurawiny yyy..., **ale szczegóły później.**

A.P.: **Tak, no to myślę, że tyle zachęty wystarczy.**

KcH, 13.03.2001

W powyższym przykładzie zostały zaznaczone fragmenty, które świadczą o dialogowej kooperacji prowadzących, o tym, że nie wypowiadają oni tylko przygotowanych wcześniej tekstów, ale też wzajemnie reagują na swoje repliki. Stąd niedokończone zdania, wtrącenia i dopowiedzenia, potwierdzenia tego, co powiedział partner sygnalizowane wyrazem: „Tak”. W materiale z 2001 roku prowadzący większość wywiadów przeprowadzają razem i ta strategia utrzymuje się do roku 2013.

Fragmenty początków poszczególnych segmentów z 2001 roku:

1. Marcin Zimoch [po zakończonym koncercie w studiu programu – E.T.]: Nie ma to jednak jak żywa muzyka.

Anna Popek: Żywa muzyka była to *Wiosna* Chopina w bardzo jazzowej aranżacji i w wykonaniu zespołu „Dreamsfactory”. To znaczy fabryka snów. Myślę, że tak możemy przetłumaczyć.

KcH, 14.05.2001

2. Marcin Zimoch [po *Wiadomościach* – E.T.]: Dzień dobry raz jeszcze. Przypomnę 14 dzień maja. Dzisiaj mamy poniedziałek. Proszę państwa, to jest żurawina.

Anna Popek: Tak.

M.Z.: A to jest pani profesor Iwona Wawer z Wydziału Farmaceutycznego Akademii Medycznej. Będziemy mówić o tym, dlaczego żurawina ma zbalansowany wpływ...

A.P.: Ale nie jedz tego...

M.Z.: ...na nasze zdrowie.

A.P.: ...bo cię wykrzywi. Strasznie kwaśne są te żurawiny.

A.P.: Gdzie właściwie rosną żurawiny, pani profesor? Zaczniemy od geografii.

KcH, 14.05.2001

Fragmety końca poszczególnych segmentów z 2001 roku:

Anna Popek: Ale przekonamy się, że z jazzem nie jest tak źle jeszcze później. W trakcie programu będziemy mieli przyjemność jeszcze słuchać państwa.

Marcin Zimoch: Pani profesor, konkluzja naszej rozmowy jest taka: jedzmy żurawinę, dlatego, że po pierwsze ona jest dobra dla naszego zdrowia, a po drugie, że jeszcze będziemy działać *pro publico bono*, bo jeśli będziemy jej dużo jeść, to się zwiększą uprawy w Polsce czy powstaną, a wtedy z rolnictwem będzie mniej kłopotu...

A.P.: Marcin dzisiaj zdał rynek pracy [w dwugłosie z Zimochem – E.T.].

M.Z.: A jak wiadomo z rolnictwem mamy kłopotów dużo, także zachęcamy państwa do tego, żeby żurawinę w przeróżnych postaciach spożywać...

A.P.: Naszym gościem była...

M.Z.: ...dziękujemy pani profesor, Iwona Wawer.

A.P.: ...pani profesor Iwona Wawer [Anna Popek weszła w dwugłos z Marcinem Zimochem – E.T.].

KcH, 14.05.2001

Przedstawiona próbka tekstu pokazuje, że w programie prezenterzy czuli się swobodniej niż w programach z lat 90., co potwierdzają również słowa Schymalli:

W tamtych czasach [początek lat 90., kiedy Schymalla rozpoczęła pracę w programie – E.T.] ruch w telewizyjnym studiu był nowinką. Wcześniej spikerzy byli statyczni i dopiero lata dziewięćdziesiąte przyniosły swoisty manieryzm – ekspresję, poruszanie na planie, kamery podążały za dziennikarzem. *Kawa...* w wielu aspektach była nowatorska i oryginalna.

SCHYMALLA, 2014: 25

W latach 1994 i 1995 prowadzący jedynie przechodzili od jednego stołu do drugiego bądź przeprowadzali gościa z estrady, na której śpiewał lub grał do stołu, przy którym był przeprowadzany wywiad. Wszystkie rozmowy toczyły się w pozycji siedzącej. Dziś oglądając ten materiał, można ocenić go jako statyczny, stonowany, a nawet wyreżyserowany.

Z kolei w wypowiedziach prezenterów z 2001 roku było już zdecydowanie więcej spontaniczności i dynamiki. Gesty niewerbalne wskazywały, że czasami jedno z nich było zaskoczone tym, co mówi partner. Kiedy Zimoch podsumowywał wywiad z Iwoną Wawer, Popek wyraźnie była tym zaskoczona. Nawet skomentowała jego wypowiedź, wchodząc z nim w dwugłos: „Marcin dzisiaj zdał rynek pracy”. Kiedy ta wypowiedź trwała zbyt długo, mowa ciała Popek ujawniała zniecierpliwienie. Prezenterka wyczekiwała na moment, w którym będzie mogła przerwać wypowiedź partnera. Pierwsza próba była nieudana, dopiero za drugim razem prezenterka weszła znowu w dwugłos z Zimochem, sygnalizując autorytarnie koniec tego segmentu: „Naszym gościem była...”. Prowadzący również zauważył zniecierpliwienie partnerki, dlatego zaczął szybciej mówić, jednak nie pozwalał sobie przerwać. Tu prezenterzy wchodzą sobie w zadanie, przerywają, tworzą dwugłos, komentują swoje wypowiedzi, a nie tylko wypowiadają swoje kwestie, siedząc obok siebie, jak na początku lat 90. Nie było wtedy między gospodarzami nawiązań, które również są wyznacznikiem swobodnej potoczności.

[...] nie chodzi tu o machinalne dostawianie do istniejących już wypowiedzi wypowiedzi następnych tego samego mówcy lub różnych nadawców, lecz o ewidentną współpracę podmiotów, sterowaną jakąś zasadą, celem, intencją. Wypowiedzi poszczególnych osób ciążą ku sobie i strukturalnie i treściowo, dając w efekcie twór komplementarny.

BONIECKA, 1998: 51

W pierwszych latach programu *Kawa czy herbata?* wypowiedzi prezenterów nie zawsze były komplementarne. Brak płynności i spójności był widoczny również w przechodzeniu z jednego segmentu do drugiego. Program był „pocięty” przerwami na reklamę oraz prognozą pogody i serwisem informacyjnym.

Już te różnice w wypowiedziach gospodarzy pozwalają podawać w wątpliwość tezę o tym, że we współczesnej telewizji funkcjonuje wyłącznie język opracowany.

Z kolei materiał od 2008 do 2013 roku pokazuje jeszcze większą spontaniczność i nieprzewidywalność niż w roku 2001. Prowadzący są zaskakiwani przez swoich gości inicjujących rozmowę, wtrącających nieoczekiwane repliki, na które prezenterzy muszą reagować *ad hoc*. Poniżej zostanie przedstawiony jeden z wielu takich przykładów, więcej pojawiło się przy okazji omawiania innych zagadnień (zob. też rozmowy w kąciку kuchennym, s. 124–133):

Paulina Chylewska: Bardzo gorąco dziękujemy, Hirek, za to dzisiejsze, poranne jak zwykle w pigule, ale bardzo muzyczne polecenie nam tego wszystkiego.

Tomasz Stockinger: A ty to wszystko powiedziałeś z pamięci?

Hirek Wrona: Tak.

P.Ch.: Nauczył się. Zdolny.

Robert Kantereit: Siedział do trzeciej i się uczył.

P.Ch.: Siedział do trzeciej i się uczył. Hirek, bardzo gorąco dziękujemy.

KcH, 1.09.2008

Jednak nie tylko goście potrafią zaskakiwać, prezenterzy zaskakują także siebie nawzajem, np. kiedy pomyłą się w tekście rozpisany na role:

Iwona Schymalla: Dzisiaj jest czwartek trzydzieeesty dzieeen lipca, tak?

Paweł Pochwała: Trzydziesty dzień lipca.

I.S.: Słońce już weszło...

P.P.: ...proszę państwa... [w dwugłosie z Schymallą – E.T.].

I.S.: Jeszcze tylko to powiem (fot. 65), 4:54, a zajdzie o 20:30. Witamy Państwa.

Fot. 65



Źródło: KcH, 30.07.2009 r.

P.P.: I proszę państwa...

KcH, 30.07.2009

W powyższym przykładzie to prezenter za wcześnie wypowiedział swoją partię tekstu, Schymalla nie zdążyła jeszcze podać wszystkich zaplanowanych informacji. Być może szybsze wejście Pochwały było sprowokowane niepewnością, zająknięciem się prezenterki przy podawaniu daty, a on chciał tym jej pomóc, odciążyć ją. Jednak Schymalla zablokowała wypowiedź partnera, sygnalizując to *expressis verbis*: „Jeszcze tylko to powiem”, a swoją wypowiedź wzmocniła gestem, unosząc palec wskazujący ku górze, który jest gestem, podkreślającym ważną, dla mówcy, informację (ANTAS, 2011: 249). Ta sytuacja jest potwierdzeniem tego, że duety mają pewien ustalony scenariusz określany w żargonie telewizyjnym *szpigłem*, czyli podział na to: kto i co mówi, kto zaczyna, kto idzie do kuchni, kto robi przegląd prasy. Jednak są to ustalenia elastyczne, prezenterzy nie trzymają się ich rygorystycznie, tylko reagują na to, co się dzieje. I właśnie powyżej został przytoczony przykład takiej reakcji. Gdyby Schymalla się wycofała i przerwała swoją wypowiedź, oddając głos partnerowi, nie wybrzmiałyby w tym programie informacje o godzinach wschodu i zachodu słońca, które były stałym elementem. To może świad-

czyć o tym, że ramy gatunkowe są negocjowalne przez styl ich aktualizacji. Prowadzący mają swobodę w sposobie realizowania czy też wypełniania poszczególnych segmentów.

O tym, że język w programie *Kawa czy herbata?* był spontaniczny i nie w pełni opracowany, dowodzą wypowiedzenia *in statu nascendi*, czyli „two-ry języka mówionego, które można obserwować w trakcie powstawania” (SOSNOWSKA, 2006: 118). Można do nich zaliczyć liczne powtórzenia, pauzy wypełnione dźwiękami nieartykułowanymi (embolefazje), pauzy niewypełnione, przedłużenia artykulacji, anakoluty, czyli zdania gramatycznie wykołejone (ZDUNKIEWICZ-JEDYNAK, 2008: 71), autopoprawki, zdania niedokończone oraz potok składniowy, czyli „rozbudowane wypowiedzenie nieuporządkowane ani logicznie, ani składniowo, w którym nadrzędnym czynnikiem organizującym jest ogólna intencja mówiącego” (ZDUNKIEWICZ-JEDYNAK, 2008: 79). Oto przykłady:

Agnieszka Szulim: Aaa... jest dzisiaj dzień chłopaka! Zapomniałam Radek! Boże! Nie to wyjmę potem. Wszystkiego najlepszego z okazji dnia chłopaka.

KcH, 10.03.2010

Paulina Chylewska: A skoro mamy taką rodzinę w studiu, to spokojnie moglibyśmy zrobić rodzinne zdjęcie. Prawda? Choć brakuje jeszcze żony. Ja wszystko wiem. Moglibyśmy zrobić rodzinne zdjęcie i o takie rodzinne zdjęcia także państwa dzisiaj prosimy kch@tvp.pl. Takie rodzinne zdjęcia, które najbardziej państwu kojarzą się właśnie z własną, najlepiej, rodziną. Te zdjęcia oceniać dzisiaj będzie także nasz ekspert, więc proszę wziąć [wziąć – E.T.] to pod uwagę i przysyłać te naprawdę takie hmm... najlepsze z najlepszych kch@tvp.pl, ale jeśli chodzi o kuchnię to też będzie tak powiedziałabym rodzinie, bo śledziowo.

KcH, 2.04.2010

O spontaniczności świadczą również gesty niewerbalne prowadzących, które obnażały momentami ich zagubienie, zniecierpliwienie, zaskoczenie, zdenerwowanie, niepewność czy nadmierne rozbawienie. Zatem można orzec, że współcześnie w telewizji obok odmiany mówionej opracowanej występuje odmiana mówiona nieopracowana. Występowanie jednej z tych odmian bądź ich współwystępowanie w programie będzie podyktowane specyfiką danego gatunku i rodzajem emisji.

Nie powinien zatem dziwić fakt, że wypowiedzi zarówno prezenterów, jak i gości w programie śniadaniowym są tworzone w stylu potocznym, który jest domeną odmiany mówionej.

Styl potoczny to podstawowa odmiana funkcjonalna języka, znana wszystkim i przez wszystkich najczęściej używana. Stosowana jest głównie do porozumiewania się w codziennych sytuacjach życiowych [...]. Stylem potocznym

posługujemy się przede wszystkim w wypowiedziach ustnych (rozmowy przy stole, w sklepie, kłótnie, dowcipy itp.).

ZDUNKIEWICZ-JEDYNAK, 2008: 90

Ponadto w programach prowadzonych na żywo uczestnicy komunikacji nie mówią tekstem scenopisu, zatem w ich wypowiedziach w naturalny sposób będzie uruchamiał się styl potoczny jako ten elementarny właśnie. Takiego sposobu mówienia nie można postrzegać negatywnie, gdyż jest właściwy, co więcej – styl potoczny jest adekwatny do formuły porannej, domowej codzienności kreowanej w programie. Niedopuszczalna jest dopiero wulgaryzacja, łamanie tabu i etykiety, czego nie da się znaleźć w programie *Kawa czy herbata?*.

Zderzenie specyfiki stylowej gatunku, czyli potoczności oraz oficjalności, która wynika z medium powoduje, że prezenterzy jako osoby odpowiedzialne za kształt słowa w dyskursie telewizyjnym balansują między stylem oficjalnym a potocznym, czego dowody można znaleźć w ich wypowiedziach. Oficjalność ujawnia się zarówno w zwrotach powitalnych: „dzień dobry”, jaki i zwrotach adresatywnych: „szanowni państwo”, „pan”/„pani” oraz w formułach grzecznościowych: „proszę”, „dziękuję”, „zapraszam”. Jest jednak wiele elementów, które świadczą o stylu potocznym, zaliczyć do nich należy elipsy: „w *Kawie...*”, uniwerbizmy: „w Jedyńce”, zgrubienia: „w pigule”, zdrobnienia: „Ola”, „Radek” czy też spieszczenia: „słoneczko”, które są nacechowane emocjonalnie, kolokwializmy: „no, bo”; „no to”; „no właśnie”, powtórzenia czy zmiana szyku wyrazów: „się uczył”. Oficjalność zwrotów, teksty kierowane do widza oraz gatunki odpowiadają za medialny obraz świata. Zaś reszta: swoboda, łamanie dystansu, kolokwializacja są znacznikami dyskursywnego obrazu świata.

Nie można również pominąć aspektu perswazyjnego, który niesie ze sobą styl potoczny w sytuacjach narzucających użycie odmiany innej niż potoczna. Rozpatrując telewizję jako nadawcę zinstytucjonalizowanego o międzynarodowym zasięgu, to niewątpliwie charakter tego medium narzuca styl niepotoczny (np. naukowy, urzędowy, publiczny itd.).

Kolokwializmy leksykalne, frazeologiczne i syntaktyczne [...] użyte w wypowiedziach o charakterze publicznym, przeznaczonych do publikacji, mają jako cel zasadniczy oddziaływanie perswazyjne na odbiorcę zbiorowego.

KITA, 1993: 34

Autorka w dalszym wywodzie zaznacza, że funkcja perswazyjna kolokwialności nie dotyczy jednak wypowiedzi osób np. niewyrobionych kulturalnie czy słabo wykształconych. W tej pracy analizą zostaną objęte wypowiedzi potoczne prezenterów programu *Kawa czy herbata?*, które spełniają wszystkie wymogi do tego, żeby upatrywać w nich intencjonalności, a co za tym idzie – chęci oddziaływania na odbiorcę.

Studium przypadku

Na początku tej pracy stwierdzono, że we współczesnych mediach akcentuje się rolę jednostki (gospodarza, prezentera), przez pryzmat którego widzowie często oceniają, odbierają bądź utożsamiają dany program lub stację. Małgorzata Kita pisze, że w mediach można zauważyć pewne zjawiska językowo-komunikacyjne, które obnażają tę kulturę indywidualizmu. Zalicza do nich m.in.:

- Specyficzne właściwości paralingwistyczne;
- Regionalizmy fonetyczne;
- Ekspozowanie własnego ja;
- Konsekwentne stosowanie języka potocznego;
- Inkrustowanie wypowiedzi medialnej składnikami odmiany językowej bliższej mówiacemu;
- Tiki językowe;
- Oryginalność językową;
- Prawo osób publicznych do czynności omyłkowych: błędów, usterek, lapsusów, gaf, mówienia *głupstw* itp.

zob. więcej KITA, 2010: 99–100

Każdy z prowadzących poranek, stosując rozmaite strategie i techniki auto-prezentacji, tworzy swój medialny wizerunek. Wizerunek jest konglomeratem wypracowanych, zaplanowanych, świadomych elementów, które są determinowane sytuacją, konwencją oraz cechami osobowościowymi wrodzonymi lub nabytymi.

To jacy jesteśmy, dlaczego reagujemy tak czy inaczej, czyli nasza osobowość, kształtuje się w wyniku wielu różnych oddziaływań z przeszłości, relacje z ważnymi dla nas osobami już w okresie wczesnego dzieciństwa i później.

WRÓBEL, 2011: 8

Krótko mówiąc, nie ulega wątpliwości, że każdy człowiek posiada takie cechy, które trudno zmienić, mimo chęci i nakazów. Oczywiście nie są one niemożliwe do zmiany, jednak są to takie elementy, które pojawiają się jako pierwsze w sytuacjach stresowych, spontanicznych lub zaskakujących. Często te cechy objawiają się w sposób nieświadomy, np. natręstwa językowe, czyli słowa, wyrażenia i zwroty, które nie są potrzebne, a których jest zdecydowanie za dużo w wypowiedzi danej osoby. Zaliczyć do nich można: „tak”, „to znaczy”, „jakby”, „dokładnie”, „tak naprawdę”, „generalnie”, „powiem tak”. Człowiek, który nadużywa tego typu leksemów, często sam tego nie dostrzega, w przeciwieństwie do odbiorców jego wypowiedzi. Z natręctwem językowym ściśle związane jest zagadnienie wyrazów modnych, gdyż to one często stają się najczęściej wybieranymi. Piszący czy mówiący często nieświadomie wybierają spośród wielu określeń synonimicznych zawsze ten sam leksem. Robią to „dlatego, że owo wy-

brane słowo »samo się narzuca«, jest »w pogotowiu myślowym« (MARKOWSKI, 2004: 129). Termin *wyrazy modne* określa też te leksemy, które autor wybiera świadomie w celu nadania konkretnego sensu swojej wypowiedzi. Wyrazy modne są zjawiskiem charakterystycznym dla danego czasu, ponieważ moda na określone leksemy przemija. »Wyrazy modne tego rodzaju występują zarówno w wypowiedziach polityków czy dziennikarzy, jak i w języku potocznym« (MARKOWSKI, 2012: 204–205).

Styl indywidualny

To, jakiego wyboru środków językowych dokonujemy świadomie lub nie, czyli to, że z jakiegoś powodu »preferujemy słownictwo obce, archaiczne, erudycyjne, poetyckie, terminologiczne, modne lub potoczne« (ZDUNKIEWICZ-JEDYNAK, 2008: 84), nadaje naszej wypowiedzi kształt stylistyczny. Zenon Klemensiewicz, przez wzgląd na nieświadome lub świadome wybory stylistyczne autora tekstu, wyróżnił »styl samorzutny« i »styl umyślny« (KLEMENSIEWICZ, 1946: 45) jako dwa poziomy, które współtworzą styl osobniczy. Styl osobniczy uznawany jest przez niektórych badaczy (BOREK, 1988; GAJDA, 1988) za »magazyn« językowy jednostki, do którego częściowo dociera się poprzez teksty (BOREK, 1988: 21). Według badacza niemożliwe jest dotarcie do wszystkich cech jednostki, zatem jesteśmy w stanie opisać tylko niektóre właściwości osobnicze w tekstach. Jest to uzasadnione stanowisko, gdyż na indywidualny styl człowieka mają wpływ czynniki społeczne, np. rozmaite grupy społeczne: rodzina, rówieśnicy, współpracownicy itd. (GRABIAS, 2001: 112). Już Platon zauważył, że język ma wymiar społeczny. Ojcem socjologicznego podejścia do języka był Jean-Jacques Rousseau, który podkreślał rolę społeczeństwa w kształtowaniu się języka. Zdaniem pierwszych zwolenników tego podejścia język jest produktem społecznym i ma wymiar społeczny. Na tym gruncie zrodziła się właśnie socjolingwistyka.

Styl to charakterystyczny sposób językowego ukształtowania wypowiedzi, inwentarz cech językowych (wyrazów, konstrukcji składniowych, środków słowotwórczych, fleksyjnych, fonetycznych itp.), pełniących pewną funkcję i wyposażonych w określoną wartość (stojący za nim obraz świata, intencje komunikacyjne itp.). Określony styl może być charakterystyczny dla konkretnego tekstu, zbioru tekstów jednego autora lub pewnego rodzaju tekstów.

ZDUNKIEWICZ-JEDYNAK, 2008: 83

Na kształt wypowiedzi wpływają też elementy natury psychologicznej. Jednak nie jest przedmiotem tej rozprawy odpowiedź na pytania, dlaczego i na jakim gruncie psychologiczno-socjologicznym zbudował się styl indywidualny każdego prowadzącego program *Kawa czy herbata?*, a jedynie ustalenie, czy styl indywidualny występuje. A jeśli tak, to w czym on się przejawia. Na potrzeby

tej pracy przyjmuje się definicję stylu indywidualnego zaproponowaną przez Edytę Bańkowską:

Styl indywidualny to zespół pewnych cech – uświadamianych lub nieuświadamianych przez nadawcę, a rozpoznawanych przez odbiorców w jego tekstach – odróżniających językowe zachowanie X-a od językowego zachowania Y-a.

BAŃKOWSKA, 2003: 55

Analizą zostaną objęte wypowiedzi czterech prowadzących program *Kawa czy herbata?*: Iwony Schymalli, Pawła Pochwały, Pauliny Chylewskiej i Radosława Brzózki. Te osoby zostały wybrane ze względu na długi staż pracy w programie, co pozwoli na analizę diachroniczno-synchroniczną. Dodatkowo prezenterów różni wiek, ponieważ Schymalla i Pochwała urodzeni są na początku lat 60. Z kolei Chylewska i Brzózka na końcu 70. i na początku 80., zatem dzieli ich około 20 lat. Różni ich także płeć i rodzinne miasta: Bydgoszcz, Płock, Olsztyn, Warszawa. Wszyscy ukończyli studia w Warszawie, choć na różnych kierunkach. Istotne jest również to, że w programie *Kawa czy herbata?* pracowali w rozmaitych duetach, co pozwoli zaobserwować ich zachowania językowe w odmiennych warunkach. W tej części analizy uwaga będzie zwrócona na stałe i zarazem indywidualne elementy w wypowiedziach każdego ze wskazanych wyżej prezenterów. Ważne też będą elementy powtarzające się u wszystkich czterech prowadzących, które będą obnażać pewne wyuczone, na potrzeby programu czy też związane z wykonywanym zawodem, zachowania językowe, które zaliczyć będzie można do profesjolektów. Jest to odmiana języka, którą Aleksander Wilkoń opisuje następującą formułą: „potoczność + słownictwo specjalne” (WILKOŃ, 2000: 99).

Istotne będzie również to, jakie figury retoryczne stosują prezenterzy telewizyjni, co z kolei pokaże gospodarzy programu w roli mówców. Do porównania posłużą powitania i zapowiedzi, czyli delimitatory inicjalne, pierwsze pytania kierowane do gości w programie oraz repliki w dialogach ze współprowadzącym.

Iwona Schymalla

W programie *Kawa czy herbata?* jawiła się z jednej strony jako poważna, kompetentna i empatyczna dziennikarka, która nie bagatelizowała problemów społecznych. Z drugiej zaś – jako uprzejma, sympatyczna i dowcipna gospodyni programu. Charakterystyczny był również jej strój, gdyż w 96% zgromadzonego materiału występowała w spódnicy (fot. 66). Warto też zwrócić uwagę na to, że jako jedyna z prezentelek programu często w pozycji stojącej trzymała jedną lub obie ręce w kieszeni bądź opierała ręce na biodrach, co widoczne jest również na zdjęciach nr 66. Wspomniane gesty uchodzą w polskiej kulturze za niegrzeczne, niedbałe oraz są wyrazem lekceważenia czy braku szacunku (KAMIŃSKA-

RADOMSKA, 2010: 37–40). Z kolei w kulturze amerykańskiej trzymanie jednej ręki w kieszeni spodni podczas mówienia jest oznaką swobody. Trudno orzec, co było motywacją tego gestu, można skłaniać się do tego, że taka pozycja była wyrazem braku komfortu bądź chęci zamaskowania postawy, określanej przez badaczy jako postawa „na lekko ugiętych w kolanach nogach”, którą Schymalla często przyjmowała, stojąc obok niższego partnera. Niezależnie od motywacji należy jednak odnotować te powtarzające się gesty i zaznaczyć, że najczęściej pojawiały się w materiale z roku 2008 i 2009. Później występowały rzadziej.

Fot. 66



Źródło: KcH, 10.09.2008 r.

Źródło: KcH, 7.05.2009 r.



Źródło: KcH, 29.07.2009 r.

Źródło: KcH, 16.02.2010 r.

Przywitanie widzów

Iwona Schymalla: Witamy państwa bardzo serdecznie. Minęła godzina 6:00, a dzisiaj jest środa, dziesiąty dzień września.

KcH, 10.09.2008

Iwona Schymalla: Witamy państwa. Dzisiaj jest środa siedemnasty dzień września. Coś się przy tym wrześniu zawahałam, bo właściwie temperatura jest jak w listopadzie, ale nie przyjmujemy się tym.

KcH, 17.09.2008

Iwona Schymalla: Dzień dobry. Witamy wypoczętych, po długim weekendzie, widzów *Kawy czy herbaty*?. Zaczynamy nasz program i to jest pierwsze nasze spotkanie z państwem w maju. Dzisiaj jest poniedziałek, czwarty dzień maja, słońce weszło bardzo wcześnie, bo minutę po godzinie 5:00, a zajdzie bardzo późno, bo 8 minut po 20:00. Długi, piękny dzień przed nami.

KcH, 4.05.2009

Iwona Schymalla: Dzień dobry. Witamy państwa. Dzisiaj jest czwartek, siódmy dzień maja. Zaczynamy *Kawę czy herbatę?*. Mam nadzieję, że będą państwo z nami przez najbliższe dwie godziny. Słońce weszło o 4:55, a więc bardzo wcześnie, już zrobiło się jasno, a zajdzie o 20:11, więc bardzo długi, piękny dzień.

KcH, 7.05.2009

Iwona Schymalla: Dzień dobry. Witamy państwa. Zaczynamy *Kawę czy herbatę?*. Dzisiaj jest czwartek, trzydziestystydziesięć lipca, tak? [śmiech – E.T.] Słońce weszło 4:54, a zajdzie o 20:30. Witamy Państwa!

KcH, 30.07.2009

Iwona Schymalla: Dzień dobry. Witamy państwa. Rozpoczynamy *Kawę czy herbatę?*. Dziś jest wtorek, ósmy dzień czerwca.

KcH, 8.06.2010

W przytoczonych przykładach można odnaleźć konstrukcje, które się powtarzają w każdym powitaniu: „dzisiaj jest wtorek, ósmy dzień czerwca”. Ze zgromadzonego materiału wynika, że ta formuła pojawiała się we wszystkich wypowiedziach powitalnych Schymalli. Fraza była stała, zmieniały się tylko dane kalendarzowe (dzień i miesiąc). Częstym sposobem powitania gości, które stosowała prezenterka, była formuła „Witamy państwa”. Był to zwrot stosowany w relacji na „ty”, czyli mniej oficjalny. Wyrażony był w 1 os. l. mn., a retorycznie spełnia warunki „my” ekskluzywnego, ponieważ to Schymalla i jej partner, ewentualnie jeszcze ekipa współtworząca program, witali widzów. W materiale z 2009 roku prezenterka podawała też informacje o godzinie wschodu i zachodu słońca. Jednak to był element zmienny, podyktowany scenariuszem programu. Warto także zaznaczyć, że bez względu na to, kto był partnerem Schymalli, to ona rozpoczynała program, mówiąc jako pierwsza. Dopiero po jej wypowiedzi, zaczynał mówić współprowadzący.

Zapowiedź

1. [teledysk piosenki *Piechotą do lata* wykonanej przez Beatę Kozidrak – E.T.] Iwona Schymalla: No wszyscy tutaj nucili tę piosenkę, rzeczywiście są takie piosenki – wielki przebój – i takie piosenki, które najbardziej lubimy, te które dobrze znamy. Pani Beata Kozidrak ma dzisiaj urodziny. Wszystkiego najlepszego, pani Beato, jeszcze raz. *Piechotą do lata*, ale właściwie lato to już jest. Jest tak ciepło. Tak przyjemnie i aż miło popatrzeć na widok Warszawy, bo my podglądamy ten taki poranny widok. Bardzo nam się podoba. **Miasto wygląda pięknie i już zapowiedź ciepłego dnia i chyba bezdeszczowego i bardzo słonecznego.**

KcH, 4.05.2009

2. Iwona Schymalla: Są takie rejony Polski, gdzie ludzie stracili wszystko, cały dobytek. Będziemy się łączyć z prawą stroną Sandomierza. Tam jest bardzo trudna sytuacja, to już za kilka chwil. Będziemy mówić o powodzi także

w kontekście hmm, o którym także dyskutuje się bardzo dużo. Czy rzeczywiście to Bobry są winne temu, że przeciekają wały przeciwpowodziowe? Czy **te zwierzęta są winne?** O tym będziemy rozmawiać emmm z ekologami, z naszymi gośćmi. No ale też będzie, będą inne wątki inne tematy. Będzie muzycznie w *Kawie czy herbacie?* dzisiaj, bo jest z nami „De mono” i „De mono” zaprezentuje państwu piosenki z nowej płyty. **Rewelacyjne!**

KcH, 8.06.2010

Schymalla w swoich wypowiedziach z łatwością przechodziła z jednego tematu do drugiego, utrzymując spójność zarówno semantyczną, jak i strukturalną, co obrazują powyższe przykłady. Zapowiedzi prezenterki były stylizowane, często używa w nich epitetów wartościujących: „Jest tak ciepło. Tak przyjemnie”, „Miasto wygląda pięknie”. Nagromadzenie tych epitetów w krótkiej wypowiedzi daje efekt szczegółowej deskrypcji. Tworzenie obrazu czyni tekst nie tylko atrakcyjnym, ale też sugestywnym, ponieważ „obraz, również ten odmalowany słowami i w słowach zawarty, w naturalny sposób przemawia do naszej wyobraźni” (RUSINEK, ZAŁAZIŃSKA, 2005: 202).

Prowadząca swoimi wypowiedziami, w których wykorzystywała również zabieg synestezji, kreowała rzeczywistość, gdyż deskrypcja Warszawy, którą stworzyła w przykładzie nr 1 jest ładniejsza od obrazu prezentowanego na ekranie, w którym na pierwszy plan wysuwają się betonowe budynki (fot. 67).

Fot. 67



Źródło: KcH, 4.05.2009 r.

Zamieszczony powyżej obraz Warszawy, to ekran w ekranie, czyli ekran studyjny widziany przez odbiorców w ekranie telewizorów. Kolory, które widz odbiera, mogą różnić się zatem od rzeczywistych, gdyż są zmienione przez właściwości kolorystyczne tychże ekranów. Widz, szczególnie ten spoza Warszawy, nie musiał odczuwać wrażenia, że było tam ciepło. Nie ma też elementów świadczących o tym, że była to poranna panorama stolicy oraz nie było widać tego, że ten obraz jest zapowiedzią bezdeszczowego i słonecznego dnia. Bez informacji prezenterki transmitowane widoki mogłyby być rozmaicie interpretowane przez odbiorców, zapewne dlatego Schymalla tworzyła plastyczny opis tego, co odbior-

ca widział w ekranie swojego telewizora. Przykłady tworzenia niemal poetyckiego obrazu przez prezenterkę można mnożyć. Oto kolejny:

3. Iwona Schymalla: Mówimy dziś o maturach a takim symbolem... Pewnie maturzyści są zaniepokojeni, jak **kasztany zaczynają kwitnąć, bo to wprawdzie piękny widok, a jednocześnie takie memento, że to już, niebawem...** I kwitnące kasztany też dzisiaj państwu pokazujemy. Widać je na ulicach miast.

KcH, 4.05.2009

Schymalla wyrażała w tekście emocje, ale nie swoje. Czasami przez umiejętne operowanie linią intonacyjną budowała nostalgię, dramaturgię, radość, melancholię. Operowała też pauzą niewypełnioną, często zawieszała głos. Operowanie intonacją i pauzą czyni z kolei tekst „sugestywnym” (BRALCZYK, 2004: 40).

Przykład nr 2 eksponuje natomiast umiejętność prezenterki do mówienia o problemach. Z powagą i empatią mówiła o trudnej sytuacji ludzi, których dotknęła powódź. Jednak to nie był jedyny wątek wstępu, został on połączony z zapowiedzią nowej płyty zespołu muzycznego, którą prowadząca rekomendowała następująco: „Rewelacyjne”.

Swoistość wypowiedzi prezenterki tworzy również jej niski ton głosu, matowa barwa oraz wolne tempo mówienia. Warto tu zaznaczyć, że w latach 90. Schymalla mówiła szybciej (57/60 słów na 15 sekund), natomiast w następnej dekadzie wolniej (43/46 słów na 15 sekund). Być może jest to związane z tym, że w latach 90. tekst prezenterów był opracowany i wyuczony, dlatego wypowiadano się szybciej. Z kolei w momencie, kiedy tworzyła tekst *ad hoc*, mówiła wolniej, żeby dać sobie czas na zastanowienie. Wskazane elementy suprasegmentalne, czyli tempo oraz głośność mówienia dostosowane do odbiorcy oraz niski ton głosu są także wyrazem grzeczności (MARCJANIK, 2009: 16).

Rozmowa z gościem

4. [rozmowa z Danutą Błażejczyk – E.T.]
Iwona Schymalla: Zapraszamy. Dzień dobry. Proszę bardzo. Wspaniałą piosenką **wprawiliśmy widzów w znakomity nastrój.**
Gość: Mam nadzieję.
I.S.: Piosenka o szczęściu.
G.: No właśnie. Z okazji piątku i trzynastego rzeczywiście to szczęście...
I.S.: Ale ta piosenka jest **troszeczkę odbiciem pani charakteru, sposobu bycia, pani poglądów na świat i na rzeczywistość. Pani jest osobą niezwykle optymistyczną i optymistycznie nastawioną do życia i twierdzi pani, że właściwie, jeśli się czegoś bardzo chce, to zawsze się to musi udać.**
[...]

I.S.: **Pani Danusiu**, pani nam obiecała, że zostanie z nami i jeszcze zaśpiewa **dla naszych widzów**. Bardzo prosimy o spełnienie tej obietnicy. Dziękujemy za rozmowę.

KcH, 13.01.1995

5. [rozmowa z Robertem Korzeniowskim – E.T.]

Iwona Schymalla: To, że codziennie biegasz. To, że jesteś człowiekiem, dla którego sport jest całym życiem, to jest zupełnie oczywiste. My też rozmawialiśmy o tym, że niektórzy w pewnym wieku próbują, wchodzą dopiero w jakiś sport, w jakąś dyscyplinę sportu. Ostatnio oglądaliśmy prezydenta Sarkozy'ego, który zasłabł w czasie joggingu, choć jest człowiekiem też usportowionym bardzo. Trzeba uważać?

KcH, 30.07.2009

Schymalla zawsze była przygotowana do rozmów z gośćmi. Podkreślone fragmenty tekstu pokazują, że już przed wywiadem przygotowała sobie opis sylwetek rozmówców oraz kontekst konwersacji. Jest to widoczne w przypadku wprowadzenia do konsultacji z Robertem Korzeniowskim, który wypowiadał się jako ekspert na temat bezpieczeństwa i higieny w sporcie.

W rozmowie z Danutą Błażejczyk (przykład nr 4) prezenterka używała zdrobnień „troszeczkę”, „pani Danusiu”, co zapewne miało wyrazić tradycyjnie sympatię i życzliwość Schymalli w stosunku do gościa. W wypowiedziach prezenterki często pojawiały się sygnały zażyłości i spoufalania się poprzez zdrabnianie. Hipokorystyki świadczą o sympatii i aprobacie mówiącego do drugiej osoby, dlatego są adekwatne do atmosfery panującej w programie śniadaniowym zgodnie z kreacją dyskursywnego obrazu świata, ponieważ medialny obraz świata utrzymuje poziom asymetrii i dystansu. Z kolei w konsultacji z Robertem Korzeniowskim (przykład nr 5) Schymalla nie ukrywała tego, że dobrze zna się ze sportowcem, potwierdziła to również, używając formuły na „ty” w rozmowie – „biegasz”.

Dialogi z partnerem

1. Paweł Pochwała: Proszę państwa, gdyby Iwona miała na imię Aldona, to bym w tym momencie złożył życzenia...

Iwona Schymalla: Nie mam na imię Aldona.

P.P.: ... imieninowe, a gdybym ja miał na imię Łukasz albo Mikołaj...

I.S.: To... ja bym złożyła tobie życzenia. A ty wiesz jak ja mam na drugie imię? Sabina. Wiesz, kiedy jest Sabiny?

P.P.: No właśnie nie wiem, kiedy jest Sabiny.

I.S.: To musisz to sprawdzić.

P.P.: Koniecznie.

KcH, 10.09.2008

2. Marek Zając: Dzisiaj urodził się Fernando Alonso, pewnie nas ogląda...

Iwona Schymalla: **Na pewno. To jest oczywiste** hm [uśmiech – E.T.].

M.Z.: ... między kolejnymi treningami Formuły 1, więc składamy najserdeczniejsze życzenia.

[...]

M.Z.: Dzisiaj jest jeszcze jedna bardzo charakterystyczna data, która być może większości z nas umknie, ale jest rzeczywiście istotna. Otóż w 2005 roku ruszyła budowa autostrady A1. No i ruszyła, ruszyła...

I.S.: [śmiech – E.T.] Poruszasz bardzo drażliwy i trudny temat Marek, ale dzisiaj tematów będzie wiele. Jeszcze innych i bardzo ciekawych. No rzeczywiście żyjemy coraz szybciej, także odpoczywamy coraz szybciej i to często w sposób ekstremalny. Też coraz szybciej musimy się uczyć nowych rzeczy. Nie wiem jak ty? Ja mam z tym pewien kłopot, bo już jest tyle form komunikacji. Teraz jakieś mikro... blogi się pojawiły...

M.Z.: Mikroblogi, Twitter...

I.S.: Co to takiego jest? O tym będziemy mówić.

M.Z.: Wszyscy oszaleli na punkcie Twittera!

I.S.: Wszyscy oszaleli?! Uważasz, że jest to dobra forma komunikowania się ze światem?

M.Z.: Wiesz co? Jeżeli można oddać głębię swojej duszy w 140 znakach...

I.S.: No to jest niemożliwe. **Moim zdaniem.**

M.Z.: ... to byłyby to dobra forma.

I.S.: Ale wiem, że niektórzy próbują...

KcH, 29.07.2009

Rozmowy prezenterki ze współprowadzącymi ujawniają umiejętne wykorzystywanie ironii przez Schymallę. W powyższych przykładach ujawnia się to przez użycie replik potwierdzających w kontekście antynomicznym: „Na pewno. To jest oczywiste”, że Fernando Alonso ogląda *Kawę czy herbatę?*, kiedy w rzeczywistości jest to mało prawdopodobne, a nawet niemożliwe. Powyższe dialogi są też potwierdzeniem, że prezenterka potrafiła również dostosować się do swojego partnera w rozmowie, potrafiła dekodować jego intencje komunikacyjne. Rozpoznawała, kiedy on żartował, kpił, ironizował, był poważny, zadowolony i swoimi replikami często wzmacniała ten efekt. Obrazują to następujące przykłady:

M.Z.: Dzisiaj jest jeszcze jedna bardzo charakterystyczna data, która być może większości z nas umknie, ale jest rzeczywiście istotna. Otóż w 2005 roku ruszyła budowa autostrady A1. No i ruszyła, ruszyła...

I.S.: [śmiech – E.T.] Poruszasz bardzo drażliwy i trudny temat Marek, ale dzisiaj tematów będzie wiele.

Schymalla często ujawniała swoje zdanie w wypowiedziach: „No to nie jest możliwe. Moim zdaniem”, czasami też podawała informacje z życia prywatnego, np. swoje drugie imię – „Sabina”, datę swoich urodzin, które są zgodne z danymi biograficznymi. Czasami jednak wchodziła w rolę osoby, która nie

wie wszystkiego, nie potrafi czegoś, nie jest przekonana do wszystkich nowości: „Też coraz szybciej musimy się uczyć nowych rzeczy. Nie wiem jak ty? Ja mam z tym pewien kłopot, bo już jest tyle form komunikacji. Teraz jakieś mikro... blogi się pojawiły...”.

Można to uznać za technikę autodeprecjacji w celu utożsamienia się z widzami, z ich problemami, wątpliwościami. Dziennikarze w polskiej kulturze uchodzą za autorytety. Jawią się jako ci, którzy wiedzą pierwszy, wiedzą więcej, lepiej. Natomiast Schymalla często wchodziła w rolę osoby, która też ma problem, czegoś nie wie, pyta, dziwi się. Wchodziła w rolę „partner – uczeń”, czyli niezależnie od rzeczywistej wiedzy przyjmowała postawę człowieka nieznającego tematu i zainteresowanego jego poznaniem (BAUER, 2008: 341). Być może jest to również zachowanie wynikające z etykiety, ponieważ „w polskiej kulturze obowiązuje zasada skromności i grzecznościowego umniejszania własnej osoby” (MARCJANIK, 2009: 4–5). Schymalla niejednokrotnie udowodniła w programie *Kawa czy herbata?*, że bardzo dobrze zna i z łatwością stosuje zasady etykiety, dlatego wyżej przytoczony postulat również może być uzasadnieniem jej postawy.

W wypowiedziach prezenterki rzadko pojawiały się kolokwializmy, pauzy wypełnione dźwiękami nieartykułowanymi (embołofazje), anakoluty czy potok składniowy. Dużo było z kolei form grzecznościowych, zdrobnień, intensyfikatorów „bardzo”, „wysoco”, „wspaniale”, „rewelacyjnie”, „niezwykle” oraz waloryzantów, do których można zaliczyć wypowiedzenia pytające, pytania retoryczne, powtórzenia, porównania oraz leksykę wartościującą.

Reasumując powyższe studium, Iwona Schymalla jawiła się w programie jako wnikliwa, przygotowana do wywiadów i empatyczna dziennikarka oraz błyskotliwa, dowcipna i uprzejma gospodyni programu. Jej wyczucie i umiejętne stosowanie zasad etykiety, strój oraz sposób mówienia sprawiały, że tworzyła wizerunek damy. Z jej wypowiedzi wynika również, że jest świadoma języka, którym umiejętnie operuje, wykorzystując jego bogactwo i funkcję impresywną. Zna zasady kultury języka, zarówno uzus, jak i normę wzorcową polszczyzny, akcentowania oraz ma nienaganną dykcję. Jej wypowiedzi są zrozumiałe, sugestywne i atrakcyjne.

Paweł Pochwała

Paweł Pochwała to postać dynamiczna i dowcipna. W programie *Kawa czy herbata?* ujawniał swoje umiejętności publicystyczne i nie szczędził dosadnych, jak na poranny program, komentarzy, uwag czy stwierdzeń. Prywatnie miłośnik sportu, szczególnie żeglarstwa, co było niejednokrotnie odzwierciedlane w programie m.in. w cyklu wakacyjnym, kiedy w 2008 roku Pochwała i Schymalla prowadzili program plenerowy na Mazurach, a często podejmowanym tematem przez prezentera było właśnie żeglarstwo. W programie z dnia 24 września 2012 roku opowiadał widzom o Międzynarodowych Mistrzostwach Polski

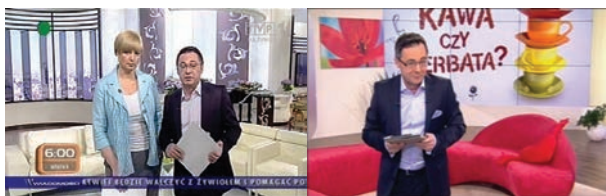
w klasie Laser, które odbyły się w Pucku. Na tych mistrzostwach Pochwała zdobył brązowy medal, który pokazał widzom na antenie i komentował tak: „[...] to jest mój urobek. To jest medal brązowy, który kosztował mnie dużo żeglarskiej krwi i potu, który zostawiłem w Zatoce Puckiej” (KcH, 24.09.2012).

Fot. 68



Źródło: KcH, 16.12.1994 r.

Źródło: KcH, 17.09.2008 r.



Źródło: KcH, 8.06.2010 r.

Źródło: KcH, 14.02.2013 r.

Przywitanie widzów i zapowiedź

1. Paweł Pochwała: [po wstępie partnerki – E.T.] Ale proszę państwa, co jest najważniejsze o poranku. Oczywiście pogoda. Karolina Dobrowolska w naszym studiu. Witam cię bardzo, bardzo serdecznie. No właśnie widzę, ręce pełne pogody. Jakieś słoneczka. Mało chmurek. O tym za chwilę będziemy rozmawiali, ale nasz dzisiejszy program, Karolino, będzie się dziać nie tylko tutaj w studiu, ale też w Łodzi i w Krynicy Zdroju i teraz popatrzymy na ulicę Piotrkowską.

KcH, 10.09.2008

2. Paweł Pochwała: [po wstępie partnerki – E.T.] Przypominamy, proszę państwa, że imieniny dzisiaj Gizeli, Ludmiły i Benedykta. Wszystkiego najlepszego. Nisko się kłaniamy.

Iwona Schymalla: Mamy znakomitych jubilatów.

P.P.: No właśnie. Radosław Pazura, Maciej Zakościelny i z czego się bardzo cieszymy – Ireneusz Dudek. Irku drogi, kłaniamy się nisko. Pozdrawiamy cię w dniu twoich urodzin. Wspominamy wszystkie nasze wspólne spotkania. No właśnie ja przypominam sobie taki koncert na „Rawie Blues” w katowickim Spodku chyba 2 albo 3 lata temu. Shakin’ Dudi [pseudonim artystyczny I. Dudka – E.T.], to po prostu coś tak... taka elegancja muzyczna. Taka elegancja była!

KcH, 7.05.2009

3. Paweł Pochwała: [po wstępie partnerki – E.T.] Imieniny Balbiny, jakież to piękne imię – B a l b i n a. Pauliny i Piotra. Proszę państwa, to jest państwa dzień. Wszystkiego najlepszego państwu składamy (fot. 69).

KcH, 2.10.2009

Fot. 69



Źródło: KcH, 7.05.2009 r.

W każdym duecie Pochwała zaczynał mówić jako drugi, czyli kontynuował wypowiedź partnerki. W różnych latach programu na drugi plan w duetach, które współtworzył, przesuwali się inne informacje. Jak widać w powyższych przykładach, w 2008 roku była to prognoza pogody i jej zapowiedź, bo był to czas, kiedy odeszło się w programie od podawania informacji z kalendarium. W roku 2009 na planie drugim znalazły się informacje o imieninach oraz urodzinach znanych postaci. Od 2010 roku kalendarium zaczęło być prezentowane w zajawkach, dlatego prowadzący zaczęli program rozmową o tym, co się w nim pojawi.

Prezenter w swoich wypowiedziach nie unikał ekspresji, którą wyrażały gesty. Zawsze nisko kłaniał się widzom na powitanie, kiedy jego partnerka wypowiadała formułę powitania oraz kłaniał się przy składaniu życzeń, co widoczne jest na fotografii 69. Jest to pozawerbalny wyraz szacunku i aprobaty. Często wyrażał opinie i oceny „jakież to piękne imię” oraz wplatał wspomnienia ze swojego prywatnego życia: „Wspominamy wszystkie nasze wspólne spotkania”. Niezwykle często eksponował to, że kogoś zna. Niejednokrotnie na wizji opowiadał anegdoty ze swojego życia, przytaczał wspomnienia, mówił o swoich pasjach.

4. Paweł Pochwała: Witam państwa. Dzień dobry. Czternasty lutego, eee Świętego Walentego. Proszę państwa, wczoraj przed jedną z warszawskich cukierni widziałem kolejkę. Kilkanaście metrów. Wystającą ze sklepu na ulicę. Stali sami panowie i kupowali takie malutkie, czekoladowe serduszka. Panowie! Dzisiaj wiem, że chcecie zaszaleć, ale pamiętajcie słowa Juliana Tuwima, który powiedział, że mężczyzna długo pozostaje pod wrażeniem, jakie wywarł na kobiecie. Ale cieszymy się, bo to bardzo szczególny dzień, bardzo miły, bardzo sympatyczny.

KcH, 14.02.2013 – program prowadzi jeden prezenter

Ze względu na to, że Paweł Pochwała pracował w programie *Kawa czy herbata?* do końca emisji, miał okazję prowadzić go w pojedynkę. Wtedy powitanie widzów było realizowane od początku do końca przez niego. W przytoczonym przykładzie, z tego właśnie okresu, znowu w wypowiedzi Pochwały pojawiają się jego doświadczenia, obserwacje, tym razem zachowań konsumenckich. Ciągłe odwoływanie się do swoich doświadczeń, obserwacji, przeżyć, wspomnień stało się techniką charakteryzującą tego prezentera w programie *Kawa czy herbata?*. Przejawiał skłonność nie tylko do żartów, lecz także do sarkazmu, który ujawnił się w przytoczonym cytacie Juliana Tuwima (przykład nr 4).

Rozmowa z gościem

5. Paweł Pochwała: Odwiedził nas pan Jacek Skubikowski. Przywiozł do nas swój nowy teledysk, ale panie Jacku, zanim go pokażemy. Zanim o nim opowiemy. Ja chciałbym pana, jest pan fachowcem niekwestionowanym w sprawie gitary. Chciałem pana zapytać o gitarę, czy każdy może nauczyć się grać na gitarze?

KcH, 16.12.1994

6. Paweł Pochwała: Proszę państwa, my tymczasem usiedliśmy do śniadania z panią Martą Murawską witarianką. I tak naprawdę to jest właśnie dzisiejsze [podnosi talerzyk z ciastem – E.T.] nasze śniadanie. Ja myślę, że wygląda imponująco. I mówię to bez cienia ironii. Pani Marto, witarianizm, czyli co to jest?

KcH, 24.09.2012

W wywiadach z gośćmi Pochwała stosował technikę wysuwania swoich potrzeb na pierwszy plan. Zadając pytania, sprawiał wrażenie, że nie pyta w imieniu widzów, tylko chce się dowiedzieć tego, co jemu będzie przydatne. Ten zabieg może być techniką przedstawienia siebie jako osoby zainteresowanego tematem, przez co bardziej zaangażowanego emocjonalnie w to, o czym się mówi na antenie. Z kolei w drugim wywiadzie, był żywo zainteresowany witarianizmem, bo jak sam przyznał, dotychczas znał tylko wegetarianizm i weganizm, dopytywał zatem, na czym polega ten typ diety. W wywiadzie z Martą Murawską nie potrafił jednak ukryć swojego sceptycznego nastawienia do tego zagadnienia. Ponadto jego mimika twarzy wskazywała, że nie przekonało go również ciastko, które dostał na talerzu, zapewne dlatego *expressis verbis* sygnalizował, że chwali tę witarianą potrawę „bez cienia ironii”. W wywiadach stawiał się w roli „partnera-eksperta” (BAUER, 2008: 341). Mimo że pytał, to z czasem ujawniał swoją wiedzę na dany temat, co świadczy nie tylko o jego przygotowaniu do programu, ale też budowaniu wizerunku autorytetu. Często wypowiadał się w 1. os. l. poj. jako ekspert, autorytet właśnie.

W każdym wywiadzie był żywo zaangażowany w temat rozmowy, podkreślał to sygnałami niewerbalnymi, takimi jak: unoszenie palca wskazującego, co

oznacza zaakcentowanie czegoś ważnego w swojej wypowiedzi oraz wyciąganie ręki w stronę swojego interlokutora, co z kolei świadczy o akceptowaniu, podchwytывaniu argumentów czy toku rozumowania osoby mówiącej, a nawet włączanie ich do własnej wypowiedzi. Często też prezenter wychylał się w stronę gościa, nawet lekko podnosił się z krzesła, następnie znowu siadał. Jest to gest świadczący o interakcji i współpracy dialogicznej (ZAŁAŻYŃSKA, 2006: 117–201).

Dialogi z partnerem

7. Paweł Pochwała: Proszę państwa, bo tak się złożyło, że **obserwowaliśmy** to, co się działo podczas tego długiego weekendu. No i jedno z takich **zjawisk społecznych** to jest to, że **wylęgły się** dzieci na podwórkach.

Iwona Schymalla: Są takie miejsca w Polsce, gdzie jest cała afera związana z tym, że dzieci zaczęły hałasować, że chcą grać w piłkę. Starsi mieszkańcy osiedli mówią, że nie. Stawiają jakieś znaki, tabliczki... Dzieci nie mają się gdzie bawić. No i jedna strona ma rację i druga ma rację.

P.P.: Ale z drugiej strony, Iwona, no właśnie, no ale z drugiej strony jest tak, że jak patrzemy na **takie rozwydrzone dzieci** to naprawdę ciężko wytrzymać.

I.S.: Ja wiem, że ty masz taką pasję wychowawczą i każdego byś chciał wychowywać.

P.P.: No nie, ale coś w tym jest, wiesz...

I.S.: Dzieci mają prawo do tego, żeby wyladować swoją energię.

KcH, 7.05.2009

8. Iwona Schymalla: I zaczęła się *Kawa czy herbata?*

Paweł Pochwała: Dzień dobry.

I.S.: Która rzeczywiście dzisiaj będzie się troszeczkę przeplatać się ze „Studiem Olimpijskim”, bo będziemy dzisiaj też mówić o tym, co dzieje się w Vancouver, bo jest kolejny dzień Igrzysk Olimpijskich. No ja trochę się martwię, Paweł, że coraz częściej słyszymy słowa – przegrana, ale to chyba początek dopiero.

P.P.: Nie, nie Iwona. To naprawdę jest dopiero początek. Proszę państwa **piąte miejsce Justyny Kowalczyk, to nie jest żadna tragedia**.

I.S.: Ale ostra stawka.

P.P.: To jest po pierwsze ostra stawka. Po drugie to nie jest jej koronna konkurencja. Ona zawsze, ona zawsze...

I.S.: Ale była wczoraj trochę smutna.

P.P.: No... No była smutna, ponieważ to jest prawdziwy sportowiec. Prawdziwy sportowiec, kiedy przegrywa, to musi być trochę smutny, ale tylko trochę.

KcH, 16.02.2010

W dialogu nr 7 określił dzieci bawiące się na podwórku mianem „zjawiska społecznego”. Mówił o dzieciach, które się „wylęgły”, co w tym kontekście brzmi pejoratywnie. Użył też potoczizmu „rozwydrzone”, który również ma na-

cechowanie negatywne. Należy dialog Schymalli z Pochwałą rozpatrywać przez pryzmat intencjonalności takiego układu, w którym prezenterka przemawia do tych widzów, którzy nie widzą w zabawie dzieci nic złego. Z kolei prezenter utożsamia się z przeciwnikami. Jednak dosadność wypowiedzi Pochwały trzeba zaznaczyć, ponieważ taki sposób wyrażania opinii wśród innych prowadzących program *Kawa czy herbata?* należał do rzadkości.

W dialogu numer 8 Pochwała komentował wydarzenia sportowe. Liczne powtórzenia wskazują na emocjonalizację wypowiedzi, która znowu była wsparta gestykulacją (fot. 70).

Fot. 70



Źródło: KcH, 16.02.2010 r.

Pochwała zaprezentował tu całą paletę gestów, które podkreślały jego wypowiedź trwającą około minuty. Na zdjęciach widać też kontrast między statyczną, opanowaną, powściągliwą w mowie ciała Schymallą a niezwykle ekspresyjnym Pochwałą, który korzystał z wielu kodów pozawerbalnych.

W programie *Kawa czy herbata?* prezenter jawił się jako ekspert, który dużo wie, wiele doświadczył, przeżył oraz ma sporo do powiedzenia. Dał się poznać jako komentator wydarzeń sportowych, politycznych, gospodarczych. Skłaniał się też do sarkastycznych uwag oraz dosadnych, krytycznych ocen. Wyróżniał się na tle innych prowadzących niezwykle ekspresywną mową ciała i zaangażowaniem w tematy podejmowane w programie.

Beata Chmielewska-Olech: [...] Twój rodzice prowadzą gospodarstwo ekologiczne, a ty skrzętnie to wykorzystujesz i korzystając z tych produktów ekologicznych – gotujesz!

[...]

Paweł Pochwała: No, ale panie Marcinie, najprostsza sprawa: bierzemy jeden listek, drugi listek, trzeci listek... tak wszystko wymieszamy.

KcH, 30.06.2011

Powyższy przykład pokazuje, że Paweł Pochwała rzadziej niż inni prowadzący przechodził z gośćmi na „ty”. Tej formuły używał tylko wtedy, kiedy kogoś bardzo dobrze znał. Jeśli było inaczej, stosował formułę oficjalną „pan”/„pani” nawet w sytuacji, kiedy współprowadząca zaczynała się zwracać do gościa w formule „ty”.

Paulina Chylewska

Paulina Chylewska była prezenterką programu *Kawa czy herbata?* od 2006 do 2013 roku, w piątek 30 sierpnia 2013 roku sama poprowadziła ostatni wyemitowany odcinek. W porannym programie dała się poznać jako dowcipna i energiczna osoba, która często się śmieje i żartuje. Charakteryzuje ją pewna, wyprostowana postawa ciała i niezmienna fryzura. Często prezenterka stawiała w szerokim rozkroku z głową lekko uniesioną do góry oraz występowała częściej w spodniach niż w spódnicy, co widać na poniższych zdjęciach (fot. 71).

Fot. 71



Źródło: KcH, 15.09.2008 r.

Źródło: KcH, 26.01.2009 r.



Źródło: KcH, 6.05.2009 r.

Źródło: KcH, 19.02.2010 r.

Chylewską charakteryzowało również głośne mówienie. W każdym duecie mówiła donośniej od swojego partnera. W taki sam sposób się śmiała, czasami wręcz wybuchwała śmiechem, ale po chwili znowu wracała do statycznej, pewnej postawy (fot. 72).

Fot. 72



Źródło: KcH, 15.09.2008 r.

Źródło: KcH, 26.01.2009 r.



Źródło: KcH, 1.12.2009 r.

Źródło: KcH, 19.02.2010 r.

Gesty prezenterki można zaliczyć do poufnych i bezceremonialnych. Chylewska często opierała się ręką bądź przedramieniem o blat stołu. Czasami klasnęła w dłonie na znak aprobaty. Z kolei na znak niezadowolnienia uderzała lekko w stół palcem lub dłonią. Wszystkie te gesty obrazują oczywiście ekspresję, wspierają komunikat werbalny, ponieważ są spójne z tym, co prezenterka w danej chwili mówiła. Jednak cała jej postawa i zachowanie budują wizerunek chłopczycy, która potrafiła w żartobliwy sposób szturchnąć łokciem współprowadzącego na wizji. Potwierdzenie takiej postawy można znaleźć również w wypowiedziach Chylewskiej.

Przywitanie widzów

Paulina Chylewska: Dzień dobry państwu. **Witamy baaardzo, bardzo gorąco** w porannym programie *Kawa czy herbata?*, Paulina Chylewska.

KcH, 15.09.2008

Paulina Chylewska: Dzień dobry, dzień dobry. **Witamy bardzo gorąco.**

KcH, 11.03.2009

Paulina Chylewska: **Witamy bardzo, bardzo gorąco** o godzinie 6:00 rano w poniedziałek.

KcH, 7.06.2010

Paulina Chylewska: Dzień dobry. **Witamy bardzo gorąco.** Jest godzina 6:00 rano. Drugi kwietnia. Wielki Piątek. **Witamy państwa bardzo gorąco.** Paulina Chylewska.

KcH, 2.04.2010

Paulina Chylewska: Dzień dobry jest punktualnie godzina 6:00 rano. Rozpoczynamy program *Kawa czy herbata?*.

KcH, 28.06.2011

Chylewska często zarówno na początku programu, jak i w trakcie, kiedy witała gości, używała formuły: „Witam/witamy bardzo gorąco”. Dalszy materiał pokaże, że pojawia się to na tyle często i niezależnie od osoby, która jest witana, że można tę formułę określić mianem natręctwa językowego, które jest „w pogotowiu myślowym” Chylewskiej.

Zapowiedź

1. Paulina Chylewska: Teo [kucharz – E.T.] jak zwykle w doskonałym humorze. To oznacza, mam nadzieję, że także te kulinarne specjały będą przepyszne. A dzisiaj program *Kawa czy herbata?* **powiem szczerze** taki temat, który mnie interesuje bardzo szczególnie [gośćmi programu będą sportowcy – E.T.], ale o tym będziemy mówić za chwilę, bo chyba najpierw wszystkich nas interesuje to, jaka będzie pogoda. I jak się ubrać w związku z tym.

KcH, 15.09.2008

2. Paulina Chylewska: [po wprowadzeniu partnera – E.T.] I takie wybuchy pokażemy u nas w studiu. I od razu mówimy, że nie należy robić tego w domu, a wszystko wyjaśni się w trakcie programu. **Ale oczywiście Radek nie może o tym wspomnieć, no bo jak?!** Że dzisiaj rozpoczyna się najważniejsza piłkarska impreza świata. Mistrzostwa świata w RPA. I o tej imprezie bardzo wiele dzisiaj w *Kawie czy herbacie?* będziemy mówić. Będziemy zaglądać także do prasy i myślę, że tam na sportowych stronach, głównie ten temat, więc proszę o tym nie zapominać. Szkoda tylko, że tam Polacy nie zagrają, ale może i dobrze, bo patrząc na to, jak graliśmy z Hiszpanią to może i dobrze.

KcH, 11.06.2010

Nie zawsze Chylewska rozpoczynała powitanie widzów, czego dowodzi przykład nr 2, kiedy uczynił to Radosław Brzózka, a prezenterka kontynuowała. Nie było to jednak regułą, nie było także uzależnione od partnera, ponieważ w duecie Chylewska – Brzózka, czasami zaczynała prezenterka, innym razem prezenter.

Chylewska to miłośniczka sportu, ten temat często pojawia się w odcinkach, które prowadziła, co pokazują przytoczone przykłady. To, że jej programowi partnerzy wiedzieli o sporcie mniej albo w ogóle się nim nie interesowali, nobilitowało Chylewską w ich obecności, co zostało wyrażone w jej wypowiedziach: „Ale oczywiście Radek nie może o tym [o sporcie – E.T.] wspomnieć, no bo jak?!”

Rozmowa z gościem

3. Paulina Chylewska: No na pewno te rady, których udzielimy państwu za chwilę przydadzą się nie w Święta, a po Świętach, ale to także bardzo istotne. Maria Kosiewska z Federacji Polskich Banków Żywności oraz doktor Andrzej Janicki ekspert z Wydziału Nauk o Żywieniu Człowieka i Konsumpcji Szkoły Głównej Gospodarstwa Wiejskiego. **Witam państwa bardzo gorąco**, bo będziemy mówić o jedzeniu, proszę państwa, czyli o tym, co będzie królować na naszych stołach w czasie Świąt, ale także o tym, że bardzo dużo tego jedzenia i te dane, **szczerze mówiąc, bardzo mnie przerażyły**, marnujemy. Ile jedzenia tak naprawdę, jeśli możemy powiedzieć statystycznie Polacy marnują?

KcH, 2.04.2010

4. Paulina Chylewska: „New Musette Quartet” w *Kawie czy herbacie?* dziś od samego rana. **Witamy bardzo gorąco**. I zastanawiam się, panie Wiesławie, bo wszystko zaczęło się od pana i od miłości najpierw do Francji, a potem do francuskiej muzyki? Czy najpierw do francuskiej muzyki, a potem do Francji?

KcH, 28.06.2011

Chylewska znowu używała intensyfikatora „bardzo”, który pojawiał się też w formułach powitalnych. Często też wyrażała swoje opinie, zdanie za pomocą formuły wprowadzającej: „szczerze mówiąc”, to kolejny sposób wyrażania, który można określić mianem natręctwa językowego. Prowadząca mnożyła pytania, czyli zadawała ciągi pytań, zanim poprosiła o odpowiedź, w związku z tym gość nie był w stanie udzielić odpowiedzi na wszystkie z nich.

Dialogi z partnerem

5. Paulina Chylewska: Dzień dobry. Witamy w programie *Kawa czy herbata?*. Dziś nieco później niż zwykle, bo 10 minut po godzinie 6:00. **I to dlatego? Dlatego, że Evan Lysacek został Mistrzem Olimpijskim**. To jest po prostu niesprawiedliwe. To Evgeni Plushenko miał być Mistrzem Olimpijskim. On po to wrócił na te Igrzyska. Ja jestem załamana.
Radosław Brzózka: Paulina dogadywała się z sędziami tuż przed tymi rozgrywkami, które mogli państwo oglądać przed chwilą, przed pokazami, no ale nie udało się. Nie udało się.
P.Ch.: No... ładnie, ładnie.
R.B.: Kibicowałeś bardzo mocno.
P.Ch.: Kibicowałam bardzo, bo Evgeni Plushenko jest moim ukochanym łyżwiarzem figurowym. To dlatego!
R.B.: Przy okazji zdradziłaś mi ciekawą historię, w której pewnie powrócisz w przeglądzie prasy, tak? Że on skończył karierę a tutaj nagle ją...
P.Ch.: Wrócił, ale to spokojnie. Będziemy o tym, będziemy o tym jeszcze dzisiaj mówić. **Powiem szczerze**, że jeśli chodzi natomiast o prowadzących

Wiadomości, to dzisiaj jest jeden z moich ulubionych – Mateusz Hładki. Choć Mateuszowi mam dla ciebie złą wiadomość, teraz *Wiadomości* nie będzie, dopiero o 6:30.

Mateusz Hładki: Wiem, wiem, ale zanim powiem, że *Wiadomości* o 6:30. No to Paulino dziękuję ci bardzo. Dzisiaj też moi ulubieni prowadzący *Kawy czy herbaty?*. Oczywiście ty i Radek. Pozdrawiam was, życząc miłego dnia. A państwa już teraz zapraszam na *Wiadomości*, które dopiero o 6:30.

R.B.: Słodczy będzie się łała...

KcH, 19.02.2010

W powyższym przykładzie zaznaczona została aitiologia, która jest figurą myśli, również powtarzającą się w wypowiedziach prezenterki. Chylewska zadawała pytania i zaraz sobie na nie odpowiadała. Wyraża także *expressis verbis* swoje emocje: „to jest niesprawiedliwe”, „jestem załamana”. Często pojawiały się w jej wypowiedziach czasowniki opisujące sferę emocji, które dostarczały odbiorcy dodatkowych informacji na temat autorki wypowiedzi. Znowu obecna jest w jej wypowiedzi formuła: „powiem szczerze”. Prowadząca często wyrażała opinie w 1 os. l. poj., czyli utożsamiała się z opiniami czy ocenami, które wygłaszała, czasami wypowiadała się z pozycji autorytetu.

Powyższy przykład (nr 5) obrazuje również przyjazną atmosferę w programie, w którym wszyscy, czyli prowadzący *Kawy czy herbaty?* z prezenterami innych programów oraz z gośćmi i widzami niezwykle się lubili. Dotyczy to nie tylko przytoczonego przykładu, ale przesłania tego gatunku telewizyjnego *en bloc*. Zaś za styl gatunkowy odpowiadają najbardziej prezenterzy, czyli nadawcy z poziomu mikro.

W wypowiedziach Chylewskiej pojawiały się liczne kolokwializmy. Jej wypowiedzi były często dowcipne, choć kiedy były kierowane do partnerów, niejednokrotnie dowcip okraszony był sarkazmem i nabierał wydźwięku prowokacyjnego. Jej zachowanie i gesty były bezceremonialne i spontaniczne. Jawiła się w programie jako osoba z ogromnym temperamentem. Była skora do werbalnego wyrażania emocji, a przez to wywoływania ich u widzów. Trzeba jednak zaznaczyć, że jej zachowanie oraz głośność mówienia, która momentami mogła stać się denerwująca, sprawiały, że Chylewska jawiła się jako zadziorna i zawałdiacka prezenterka, która łamała czasami zasady etykiety. Z drugiej zaś strony, przez to, że często się uśmiechała, żartowała i jej zachowanie sprawiało wrażenie spontanicznego, szczerzego, które można opisać powiedzeniem: „co w sercu, to na języku”, to finalnie zachowanie prowadzącej można było postrzegać jako sympatyczne, zabawne. Chylewska nie tylko łamała w programie zasady etykiety, ale także relacje paternalistyczne, do których przywykła nasza kultura. Prezenterka przez styl mówienia, ubierania się i łamanie kodów stawiała siebie na miejscu kulturowo przeznaczonym dla mężczyzn. Jej zainteresowanie sportem i znajomość tego tematu potwierdza to poznawczo, bo przecież sport w telewizji jest domeną mężczyzn (GODZIC, 2002; GWÓZDŹ, 2003a).

Radosław Brzózka

Radosław Brzózka był prezenterem *Kawy czy herbata?* od 2005 do 2011 roku. Charakteryzuje go kabaretowe poczucie humoru oraz umiejętność współtworzenia komizmu sytuacyjnego, ujawnia również umiejętności aktorskie. W przeciwieństwie do innych prowadzących jego gesty często nie były spójne z tym, co mówił. Kiedy żartował, miał poważną lub nawet smutną minę, co świadczy o jego umiejętności pracy kontrastem. Jego gesty były przerysowane, czasami udawał, że płacze, a po chwili puszczał oczko do kamery, okraszając to triumfującym uśmieszkiem. Czuł się swobodnie w studiu, traktował swoją funkcję aktorsko (fot. 73), stąd swoboda jego zachowania w programie, porównywalna do dobrego aktora, który w każdej chwili jest w stanie tańczyć, skakać, biegać, śpiewać.

Fot. 73



Źródło: KcH, 19.09.2008 r.

Źródło: KcH, 5.05.2009 r.



Źródło: KcH, 8.05.2009 r.

Źródło: KcH, 19.02.2010 r.

Przywitania widzów i zapowiedź

Radosław Brzózka: Dzień dobry. Witamy państwa bardzo serdecznie. Dziewiętnasty września to kolejny, wspaniały piątek. Bo piątek to weekendu początek i mamy to wielkie szczęście, że spotykamy się właśnie z państwem zawsze w ten dzień, kiedy wszyscy wstają z wielkimi uśmiechami na twarzach, prawda? Lidka Piechota.

Lidia Piechota: Lidia Piechota i Radek Brzózka.

R.B.: Witamy państwa bardzo serdecznie. A skoro jesteśmy już przy imionach i nazwiskach, to powiedzmy, że January i Stanisław dziś obchodzą swoje imieniny.

KcH, 19.09.2008

Radosław Brzózka: Dzień dobry. Witamy państwa bardzo serdecznie.

KcH, 5.05.2009

Radosław Brzózka: Dzień dobry. Witamy państwa bardzo serdecznie. Dziś piątek weekendu początek. Minęła punktualnie 6:00 rano.

KcH, 8.05.2009

Radosław Brzózka: Dzień dobry. Witamy państwa bardzo serdecznie. Jest punktualnie 6:00 rano. Jedenasty czerwca. Jak zwykle wysoka Paulina Chylewska. Paulina Chylewska: I jak zwykle uroczy Radosław Brzózka.

KcH, 11.06.2010

Powitania widzów w wykonaniu Brzózki bywały odmienne, ale da się wskazać pewną powtarzalność w tej formule: „Witamy państwa bardzo serdecznie”. W duetach, które współtworzył Brzózka, prezenterzy przedstawiali siebie wzajemnie. Charakterystyczna dla niego jest także łatwość rymowania: „Piątek to weekendu początek”.

Rozmowa z gościem

1. Radosław Brzózka: A teraz powitajmy w naszym studiu Michała Macierzyńskiego, który zawsze zajmuje się tematami ekonomicznymi. Witaj Michale. Zapraszam cię na twoje stanowisko. **No i bierzemy się do pracy, bo czas leci a czas to pieniądz. O pieniądzach... ojej znowu coś niedobrego?**

KcH, 19.09.2008

2. Radosław Brzózka: Do studia zaprosiliśmy Kasię Surowik i Jurka Szelągowskiego. Witajcie. Z Łodzi, a dokładnie jesteście studentami II roku dziennikarstwa i komunikacji społecznej Akademii Humanistyczno-Ekonomicznej w Łodzi właśnie. I koordynujecie taką akcję, która nazywa się „Weź psa na etat”, co to znaczy, weź psa na etat? **I jaki od tego płaci się ZUS?**

KcH, 11.06.2010

Powyższe przykłady pokazują, że Brzózka, poza rymami rodem ze sceny, wykorzystuje w swoich wypowiedziach związki frazeologiczne, kolokwializmy, często także żartuje, przykładem może być pytanie zadane z pełną powagą przez prowadzącego: „I jaki z tego płaci się ZUS?”, które w kontekście akcji społecznej dla psów daje efekt *à rebours*, czyli z poważnego pytania tworzy się żart.

Dialogi z partnerem

3. Radosław Brzózka: Ta muzyka, którą słyszymy, to jest *Straszy dwór* Stanisława Moniuszki. A to dlatego, że dziś, gdyby żył, obchodziłby 190 rocznicę urodzin. **Stanisławie Moniuszko, życzymy wszystkiego dobrego.**

Agnieszka Szulim: Byłoby trudno.

R.B.: Byłoby trudno, ale byłby to rekord długowieczności. **No niestety nie dożył tego sędziwego wieku, ale jego muzyka absolutnie przetrwała.**

Witamy państwa piątego maja w *Kawie czy herbacie?*. Dziś więcej urodzin, o których chcielibyśmy powiedzieć, ale najpierw przypomnijmy, że słońce wstało...

A.S.: 4:48, a zajdzie...

R.B.: Nawet 58.

A.S.: Tak. Dobrze – 58, a zajdzie o 20:08. Dobrze, to policz teraz, ile będzie trwał dzień.

R.B.: Dokładnie 16 godzin.

A.S.: Ahh policzyłeś wcześniej. Pokaż [spogląda na kartkę trzymaną przez Brzózkę – E.T.].

R.B.: Nie... he. Imieniny Ireny i Waldemara, którym składamy życzenia wszystkiego najlepszego. Przypominając jeszcze urodziny tych słynnych na całym świecie, m.in. Michalczewski i Craig David, angielski piosenkarz.

A.S.: Ale, który jest znany na całym świecie?

R.B.: Dariusz Michalczewski.

A.S.: Ahhh...

R.B.: **No przecież nie Craig David. Kto zna Craiga Davida?** Gdzie indziej niż...

A.S.: No dobrze, dobrze. Niech tak będzie.

KcH, 5.05.2009

4. Paulina Chylewska: Rzeczywiście, jeśli chodzi o Justynę Kowalczyk dziś i Adama Małysza jutro, to tak mocno, mocno ściskamy kciuki. Ty też, proszę cię.

Radosław Brzózka: **Absolutnie, nie, nie, nie. Ja... tylko chciałem ścisnąć ciebie**, bo ponieważ. Bo ponieważ brzydka zbitka, ale w związku z tym, że dziś wielokrotnie mówimy yyy o silnych kobietach. I to hasło pada, co kilka minut, to chciałem ścisnąć najsilniejszą i najwspanialszą kobietę.

P.Ch.: Łooo... dziękuję ci bardzo.

R.B.: Z którą przyszło mi pracować.

P.Ch.: Z tą siłą hmm, to niestety różnie bywa. Więc ja się oddałem do swoich obowiązków, pozwolisz.

KcH, 19.02.2010

Te przykłady z kolei pokazują, że duety, które współtworzył Brzózka, często żartowały, bawiły się rozmową, cieszyły swoją obecnością. Pozwalały sobie nawet na dużą swobodę w wypowiedziach. Można stwierdzić, że balansowały na granicy dobrego smaku, ponieważ składanie życzeń urodzinowych osobie, która nie żyje, jest niegrzeczne. W tym wypadku ten nietakt osłabia kunszt kabaretowy prowadzącego. W przykładzie nr 1 znowu został zastosowany tzw. chwyt *à rebours*, czyli o znanej osobie Brzózka z ogromną powagą mówił, że jest odwrotnie. W przykładzie nr 2 prezenter w komicznym stylu próbował odwrócić uwagę Chylewskiej od sportu ze względu na to, że ten temat nie był ich wspólnym zainteresowaniem, dlatego zmienił wątek w sposób zaskakujący dla prowadzącej, która poczuła się przez to lekko zakłopotana. Potwierdziła to jej

reakcja mimiczna, czyli nerwowy śmiech i lekkie zaczerwienienie. W tej sytuacji wszystko wskazywało na to, że nie był to komplement dla Chylewskiej tylko złośliwość, riposta na kolejny przytyk prowadzącej. Zatem na wizji prowadzący prowadzili swoistą retoryczną grę.

Te dwa przykłady wspaniale pokazują, że Brzózka tworzył wypowiedzi *ad hoc*, czasami gonił własne myśli, próbował szybko coś powiedzieć, pociągnąć temat. W przykładzie nr 2 zaznaczony został leksem „absolutnie”, który można zaliczyć do natręctw językowych prowadzącego. W tym przykładzie został on użyty błędnie, nieadekwatnie.

Radosław Brzózka niezaprzeczalnie bawił widzów w programie *Kawa czy herbata?*. Talent aktorski przekuł w stały, charakterystyczny element swojego wizerunku, którego nie można nie docenić. Z ogromnym kunsztem operował ripostą, ironią, żartem. W krótkiej chwili niczym kameleon potrafił zmieniać wyraz twarzy, postawę, nawet głos. Komizmem wpisywał się w formułę programu, w której prowadzący miał wprowadzić widzów w dobry nastrój, sprawić, żeby z uśmiechem rozpoczęli dzień. W jego wypowiedziach pojawia się dużo błędów, kolokwializmów, potoków składniowych, które są dowodem mowy nieprzygotowanej.

Podsumowanie

Powyższa analiza pokazała, że każdy z czterech zaprezentowanych prowadzących realizował ramy programu w inny sposób. Każdy inaczej formułował powitania, zapowiedzi czy wywiady. Różne były też relacje panujące w duetach, podział ról, inaczej dzielono się obowiązkami. Niezaprzeczalnie każdy z prowadzących miał swój styl, który można określić mianem stylu indywidualnego. Powtarzalność pewnych zachowań, leksemów, formuł (u każdego innych), która została tu pokazana, na przestrzeni kilku lat oraz odmienność prowadzących dowodzi tego, że nie upodabniali się do siebie w ramach programu i mieli swobodę w realizowaniu scenariusza.

Każdy z nich, choć w inny sposób, chciał zdobyć przychylność i sympatię widzów. Schymalla i Pochwała pielęgnowali dobre obyczaje i podporządkowywali się standardom dobrego zachowania, które należą do zespołu technik autoprezentacyjnych (LEARY, 2015: 85). Schymalla stosowała „regułę skromności” (LEARY, 2015: 85–86), z kolei Pochwała – „regułę autorytetu” (CIALDINI, 2011: 248), a Chylewska i Brzózka – „regułę dopasowania” (LEARY, 2015: 87), wedle której sposób swojego zachowania należy dostosować do odbiorców, czyli w tym przypadku do widzów. Stąd zapewne bezceremonialność w zachowaniu Chylewskiej oraz ekspansja kolokwializmów i żartów w wypowiedziach Brzózki. Wszyscy natomiast stosowali technikę, którą Marek Kochan określa techniką „do kamery”, czyli przekraczaniem granicy między osobami w studiu a widzami, która jest eksponentem dyskursywnego obrazu świata. Występuje ona

w dwóch wersjach: „miękkiej” i „twardej” (KOCHAN, 2005: 138–139). Wersja miękka polega na tym, że prezenter wspomina jedynie o odbiorcach, lecz nie zwraca się do nich bezpośrednio. W wywiadach często pojawiały się sformułowania: „Myślę, że nasi widzowie chcieliby to wiedzieć”, „Powiedzmy/wytłumaczmy naszym widzom...”. Z kolei wersja twarda to kierowanie wypowiedzi bezpośrednio do widza, np. „widzą to państwo”, „szkoda, że państwo tego nie czują, bo zapach jest fenomenalny”. Ta technika sprawia, że widz jest cały czas angażowany, włączany w to, co dzieje się w studiu. Wszyscy prezenterzy stosowali zarówno wariant twardy, jaki i miękki tej techniki.

Powyższe elementy skłaniają do zastanowienia się nad tym, czy ramy gatunku nie podlegają negocjacjom w swoim zakresie. I czy styl indywidualny oraz podmiot w tym gatunku nie są kategoriami, które decydują o charakterze i realizacji magazynu śniadaniowego.

5. Zagadnienia doboru tematu i wpływu społecznego

W tej części oprócz tematyki programu śniadaniowego *Kawa czy herbata?* opisowi zostanie poddany kolejny element analizy dyskursu, czyli punkt widzenia gospodarzy programu. Jest on wbudowany w tekst, gdyż konstruując swoją wypowiedź, podmiot mówiący nadaje jej określony kształt stylistyczny oraz dokonuje wyboru takich elementów językowych, które adekwatnie oddadzą jego intencję, punkt widzenia, przekonania czy wiedzę o świecie. „Każdy tekst (i każdy dyskurs) jest zatem swoistym zapisem sposobu widzenia” (TABAKOWSKA, 2004: 48). Każdy prezenter z jednej strony ma swoje prywatne przekonania, punkt widzenia i perspektywę, które są motywowane różnymi czynnikami, takimi jak system wartości, poglądy polityczne czy grupy społeczne, do których przynależy, dlatego „punkt widzenia w przekazie medialnym może mieć charakter bardzo subiektywny, jednostkowy” (NOWAK, TOKARSKI, 2007: 19), co należy, za Bartmińskim, określić mianem językowej wizji świata. Z drugiej zaś strony gospodarz programu jest, jak już wspomniano, przedstawicielem medium, zatem przyjmuje również tę perspektywę, czyli „różne aspekty »widoku«, jaki roztacza się przed obserwatorem z określonego punktu obserwacyjnego” (TABAKOWSKA, 2004: 49), dokonuje wyboru między indywidualnym a medialnym punktem widzenia, które niekoniecznie muszą być tożsame. Zatem jako przedstawiciel medium, który reprezentuje punkt widzenia, będący „wykładnikiem poglądów instytucjonalnych” (NOWAK, TOKARSKI, 2007: 19), tworzy medialny obraz świata (MOŚ).

Mimo że podmiot medialny subiektywizuje język i obraz świata, który opisuje, przedstawia, to wchodząc w akt komunikacji z innymi podmiotami (JOŚ), z którymi ma wspólny język i wspólny otaczający świat, czyniąc go światem intersubiektywnym, czyli „wspólnym MNIE i TOBIE” (MAJER-BARANOWSKA, 2005: 257). Jest to niezwykle ważna konstatacja w świetle tych rozważań, ponieważ widz, który ma ograniczony wgląd w świat po drugiej stronie ekranu, gdyż widzi jedynie to, co pokaże mu w danym momencie operator kamery, dowie się tylko tego, co wyselekcjonował *gatekeeper*, przyjmuje często nieświadomie

optykę prezentera. Świat, który prowadzący opisuje odbiorcom, staje się opisem intersubiektywnym, wspólnym dla prezentera i widza. Można zatem skłaniać się do tezy, że przekonanie o tym, że widz samodzielnie, obiektywnie dokonuje oceny, wyboru informacji z medium, czy swobodnie krystalizuje swoje opinie, jest największym złudzeniem, jakie udało się wytworzyć telewizji. Sprzyjają temu komunikaty polimodalne, przez które rozpraszana jest uwaga odbiorcy na kilka kodów, a przez to osłabiana jest jego zdolność percepcji. Kolejnym zjawiskiem sprzyjającym tworzeniu złudzenia indywidualizacji odbioru jest mimikra. Kiedy widz zaczyna sympatyzować z prezydentem lub dziennikarz uchodzi w oczach odbiorców za autorytet, wtedy odbiorca może zechcieć go naśladować, ponieważ zacznie działać reguła sympatii, według której „ludzie wolą mówić »tak« tym osobom, które lubią i znają” (CIALDINI, 2011: 222). Z kolei reguła autorytetu uruchamia mechanizm podporządkowania się osobie, która jest postrzegana jako autorytet (TOKARZ, 2006: 314–315). W obliczu tych reguł spada racjonalność komunikatu, czyli retoryczne *logos*, a dominują inne czynniki odwołujące się do emocji i woli – *ethos* i *pathos*. Wówczas uruchamia się tzw. tor peryferyczny, czyli ten, w którym na nasze opinie i postawy wpływają czynniki emocjonalne a nie racjonalne (BARŁOWSKA, 2010: 129). Te czynniki pozwalają twierdzić, że mimo iż „środki komunikowania masowego kreują swój obraz świata, w którym jedne tematy są szczególnie eksponowane, a inne marginalizowane” (BRZOZA, 2015: 9), jedne faworyzowane przez medium, inne deprecjonowane, to widz nie zawsze jest w stanie to dostrzec. Istotny w tych rozważaniach jest również fakt, że medialny obraz świata odzwierciedlany jest nie tylko przez język, ale też różne inne niejęzykowe formy znakowe, „jest więc, mówiąc metaforycznie, utkany z różnych form znakowych: obrazów, słów, dźwięków, form symbolicznych, pojęć, dyskursów, narracji, gatunków”, które tworzą spójny obraz (PTASZEK, 2015: 13–14). Do nich należą także wybierane do poranka gatunki, zachowanie relacji asymetrycznych w skali makro i podtrzymywanie języka etykietałnego. W tej analizie interesujące zatem będzie to, jaki obraz świata został stworzony w programie śniadaniowym *Kawa czy herbata?*, będzie to jednak analiza w skali mikro, która zapewne wpisuje się czy współtworzy makroobraz całej stacji (TVP1), a może nawet szerzej – całego medium (telewizji). Metodą badawczą będzie analiza treści a nie analiza odbioru, czyli interesujące będzie to, co i jak zostało powiedziane, przedstawione i czy komunikat werbalny był wsparty innym kodem.

W programie śniadaniowym *Kawa czy herbata?* na przestrzeni dwudziestu lat, które poddane zostały analizie, były poruszane rozmaite tematy. Przez wzgląd na wielość i różnorodność tematyczną nie sposób wymienić wszystkich szczegółowo. Jednak czynnikiem, który łączy podejmowane tematy w tym programie jest codzienność. W poranku omawia się zagadnienia, które mogą dotyczyć większości lub interesować większość widzów. Analiza ogromnego materiału wykazała, że do najczęściej pojawiających się grup tematycznych w programie

można zaliczyć: sport, zdrowie, kulturę, dzieci/rodzinę, nowe trendy, ekonomię/finanse, pracę. Razem współtworzą makrotemat – codzienność, która w *Kawie czy herbacie?* jest interpretacją przedstawianą z perspektywy prezenterów telewizyjnych. Choć omawiane problemy nierzadko są powszednie, to proponowane rozwiązania bądź rady są niestandardowe, zaskakujące, nowoczesne często też kontrowersyjne w oczach przeciętnego Polaka.

W kuchni programu *Kawa czy herbata?* nie gotuje się zupy pomidorowej czy ziemniaków i nie smaży się kotletów. W poranku serwuje się krem z aromatycznych pomidorów z bazylią, jedwabiste *purée* ziemniaczane oraz filet z kurczaka w parmezanowej panierce pieczony z pomidorami i serem typu *ricotta*. Zaprezentowane menu to jedno z klasycznych propozycji porannej kuchni. Częściej jednak pojawiają się egzotyczne dania. Kuchnia w tym programie zawsze miała temat dnia, wtedy przyrządzano potrawy z wykorzystaniem określonego składnika. Kiedy tematem dnia był arbuz, to kucharz przygotowywał chłodnik z arbuza, sałatkę z arbuzem i serem, rybę z salsą z arbuza i truskawek. Z kolei w dniu, kiedy tematem był ryż, to nie przyrządzano gołąbków czy ryżu z jabłkami, tylko *risotto*, *shushi*, *paella*, *suppli*, sałatki orientalne czy wreszcie placki ryżowe. Prezenterzy w kuchni czasami opisywali czy oceniali dania, ujawniając swój prywatny punkt widzenia.

W dniu, kiedy w kuchni tematem był ryż, prezenterzy ujawnili swoje doświadczenia i wspomnienia związane z tym produktem, wyrażając swoje stanowisko w ekspresywny sposób:

Iwona Schymalla: Ja jestem troszkę rozczarowana. Ryż na mleku. Banal.

Paweł Pochwał: Z taką ciapą truskawkową.

I.S.: Ciapa truskawkowa.

KcH, 7.05.2009

W trakcie trwania programu okazało się, że w kuchni powstały na bazie ryżu zupełnie inne potrawy, nie te, których obawiali się gospodarze. Mimo to Schymalla ujawniła swoją niechęć do ryżu, co wybrzmiało wprost w wypowiedzi Pochwały:

Paweł Pochwał: Iwona przyznała się, że nie lubi ryżu.

KcH, 7.05.2009

Nie została przekonana przez kucharkę do tego produktu, co potwierdza autentyczność deklaracji Schymalli. Na początku programu Pochwał wspominał smak ryżu z dzieciństwa z „ciapą truskawkową”, nawet ukuł termin „pokolenie paci ryżowej”, którym określił ludzi urodzonych w latach 50. i 60. ubiegłego wieku. Jednak stwierdził, że lubi gołąbki i potrawkę z kurczaka z ryżem. Prezenterka z kolei krzywiła się na widok ryżu, nie chciała go spróbować, mimo wyjaśnień i zachęt kucharki:

Kucharka: Jest mit ryżu w Polsce. Wychowaliśmy się na kiepskim ryżu.

KcH, 7.05.2009

Prowadząca była sceptycznie nastawiona do potraw, które gotowano w kuchni. Wszystko wskazywało na to, że wchodzi w rolę osoby, która ma złe doświadczenia z tym produktem, bo też jest z „pokolenia paci ryżowej”, a ryż w nowych odsłonach, lepsza jakość ryżu czy rozmaite jego odmiany finalnie ją przekonają i tym samym zachęci widzów do przyrządzania nowych, ryżowych potraw. Jednak tak się nie stało i Schymalla do końca programu nie spróbowała żadnej z potraw, co więcej – powiedziała, że ryż nadal jej nie przekonuje i gołąbki w domu robi bez ryżu.

Kolejnym przykładem ujawniającym punkty widzenia prowadzących był temat jadalnych kwiatów i rozmaitych odmian warzyw:

Paweł Pochwała: No, nie wiem proszę państwa, kwiaty będziemy jedli?

Beata Chmielewska-Olech: Tak. [...] Ja przyznam się, że jak byłam dzieckiem, to zdarzało mi się jeść z koleżankami takie bratki, ale ja nawet nie myślałam, że to jest popularne i takie rzeczywiście jadalne, aż tak.

KcH, 30.06.2011

W przytoczonym przykładzie Chmielewska-Olech jawi się jako osoba otwarta na nowości, ciekawa smaku różnych kwiatów i warzyw. Sama przyznaje, że w dzieciństwie jadła bratki, choć nie była świadoma, że można je jeść. Wszystkich kwiatów i warzyw próbuje, porównuje smaki:

Beata Chmielewska-Olech: Ten kwiat nasturcji smakuje jak rzodkiewka. Nie! Jak rzeżucha to smakuje.

KcH, 30.06.2011

Jej postawa wykazuje aprobatę dla tych nowości, entuzjastycznie podchodzi do tematu. Podobają jej się sałatki z dodatkiem kwiatów. Ocenia je jako „śliczne”.

Z kolei Pochwała jest sceptycznie nastawiony do tego typu produktów. Niczego nie próbuje. Mówi nawet, że „sceptycznie” przyglądał się pracy kucharza. Ta krytyczna postawa ujawnia się w jego wypowiedziach:

Kucharz: Można zrobić żółty barszcz, zrobić koncentrat z żółtego buraka...

Paweł Pochwała: Nie rozpędzaj się. Żółty barszcz? Żółty barszcz?! No pomyśl, pomyśl! Żółty barszcz. Nie!

KcH, 30.06.2011

Pochwała niejednokrotnie w programie manifestował zamiłowanie do tradycyjnej kuchni. Do wszystkich nowości podchodził z rezerwą, momentami

z ironią. Prezenter był też orędownikiem praktyk czy zwyczajów domowych, co również ujawniało się w jego wypowiedziach:

Paweł Pochwała: Kuchnia tym stoi, że zostaje coś z poprzedniego dnia.

KcH, 7.05.2009

Powyższa wypowiedź była reakcją na zachowanie kucharki, która zawahała się i nieśmiało, ściszone głosem powiedziała, że ugotowane przez nią danie może zostać podane też na drugi dzień. To, że kucharka nie była pewna, czy w programie można mówić o dojadaniu dań z poprzedniego dnia, jest dowodem na to, że w poranku kreuje się obraz codzienności, który nie jest rzeczywisty, ponieważ w *Kawie czy herbacie?* nie je się dań z dnia poprzedniego, nie zostawia się resztek jedzenia, nie przetwarza się ich. Z kolei w polskiej kulturze umiejętność przetwarzania w inne dania tego, co zostało z dnia poprzedniego, jest cenionym atrybutem dobrej kucharki, gospodyni, która nie marnuje jedzenia. Ponadto wiele polskich dań słynie z tego, że są smaczniejsze dopiero następnego dnia po przyrządzeniu, np. bigos.

Do grona tych prowadzących, którzy mówili na wizji o swoich preferencjach kulinarnych i nie zostali przekonani należał Radosław Brzózka, który manifestował swoją niechęć do owoców morza. Oto przykład:

[Na twarzy Brzózki pojawia się grymas, kiedy kucharz nakłada na talerz kalmary – E.T.]

Kucharz Teo Vafidis: Po prostu powiedz prawda. Nie udawaj Greka! Ty nie lubisz owoce morza.

Radosław Brzózka: No nie lubię. Nie lubię.

Kucharz: No i wszystko. Teraz dekorujemy nasze kalmary. Tu i tu bardzo fajne jest. Ówka od kalmary to jest bardzo smaczne. Wiem nie lubisz.

R.B.: Uwierzę ci na słowo.

[...]

Kucharz: I to damy ott balsamik. Nie lubisz też?

R.B.: Nie. Ocet balsamiczny absolutnie tak.

Kucharz: O! Nareszcie coś on lubi.

KcH, 19.02.2010

A także Agnieszka Szulim-Badziak, która z kolei deklarowała, że jest wegetarianką i przekonywała widzów do niejedzenia mięsa. Oto przykład:

Agnieszka Szulim-Badziak: Ja ostatnio podobno za dużo mówię o tym, żeby nie jeść mięsa. No to dziś moje ulubione pytania, czyli państwa sposoby na to jak przyrządzić mięso z grilla. Mamy nadzieję, że się państwo dzisiaj trochę zmobilizują. A może... niech się państwo nie mobilizują, bo to by znaczyło, że państwo nie jedzą mięsa.

KcH, 8.05.2009

W przypadku Radosława Brzózki nie była to postawa spójna z założeniami programu, w którym zachwycano się owocami morza. Z kolei Agnieszka Szulim-Badziak zdecydowanie z dietą wegetariańską wpisywała się w nowe trendy prezentowane w programie.

Przytoczone przykłady pokazują, że niektórzy prowadzący, mimo założeń programu, wedle których pokazuje się i zachęca do nowości, do oryginalnych, modnych rozwiązań oraz promuje się rozmaitych kucharzy, otwarcie eksponowali swój odmienny punkt widzenia, swoje przekonania. W rezultacie tych działań nie zawsze w kuchni poranka pojawiał się ten pozytywny, spodziewany efekt finalny, który znany jest z telewizyjnych programów kulinarnych, w których osoba sceptycznie nastawiona zostaje na końcu przekonana, a goście zawsze chwalą dania przygotowane przez gotującego. Ten sceptycyzm w kuchni oraz swoiste grymaszenie w obecności osoby, która przygotowuje posiłek typu: „ja tego nie lubię”, w polskiej kulturze uchodzi za niegrzeczność.

Pozostali prowadzący w badanym materiale zawsze byli pozytywnie nastawieni do rozmaitych nowości i wariacji w kuchni oraz nie wyrażali swoich upodobań kulinarnych. Bezkrytycznie i z ciekawością podchodzili do wszystkich propozycji kucharzy. I to zachowanie było spójne z całością programu, w którym niezmiennie pokazywano i oswajano innowacyjne rozwiązania. W programie *Kawa czy herbata?* promowano zdrowy styl życia, rozmaite diety: wegetariańską, wegańską, witarianą, garściową itp. Zachęcano również widzów do zdrowych praktyk żywieniowych:

Marcin Zimoch: Okazuje się, że żurawina jest naturalnym antybiotykiem. No i krótko mówiąc, jedzcie i pijcie sok z żurawiny.

KcH, 14.05.2001

Grzegorz Miśtał: Będziemy namawiać państwa do picia wody.

KcH, 29.06.2011

Temat zdrowia był często poruszany w programie. Pojawia się on już w materiale z 1994 roku i niezmiennie poświęca się mu dużo miejsca, czasami nawet kilka segmentów w jednym odcinku aż do 2013 roku.

W tematach związanych ze zdrowiem, podobnie jak w pozostałych wątkach, pojawia się również moda i luksus. Kiedy mowa o zdrowym odżywianiu, suplementach odżywiania, rozmaitych dietach czy wysiłku fizycznym, to z jednej strony prezentowane są te tematy z perspektywy troski o zdrowie. Z drugiej jednak są to tematy modne, wpisujące się w najnowsze ówczesne trendy. Z kolei, kiedy przeanalizuje się produkty wykorzystywane w kuchni programu *Kawa czy herbata?* do przyrządzania oryginalnych dań czy produkty proponowane do określonych diet, to często należą one do grupy produktów drogich, trudno dostępnych lub dostępnych tylko w dużych miastach.

Moda towarzyszy też kolejnemu mocno eksponowanemu tematowi w programie śniadaniowym, czyli dzieciom i rodzinie. W *Kawie czy herbacie?* rzadko mówi się o dzieciach, z którymi są problemy wychowawcze czy o tych, które mają problemy z nauką. Zgromadzony materiał pokazuje, że odstępstwo od tej tendencji stosuje w programie Paweł Pochwała, który mówi o rozwyrzniętych dzieciach lub pyta eksperta: „Jak sobie radzić z niewychowanymi dziećmi?”, „Dlaczego dzieci są niezdolne?”. Postawa Pochwały spotyka się jednak z krytyką widzów, którzy piszą mejle do prowadzących (duetu Schymalla – Pochwała), w których wyrażają swoje niezadowolenie: „Sami jesteście niewychowani”. Regułą w programie jest jednak to, że mówi się o problemach dzieci, które wynikają z przyczyn niezależnych od rodziców, np. „pierwsza miłość nastolatka”, „jak zaplanować grafik pierwszoklasisty?”, „jak przygotować dziecko do szkoły?”. Kiedy w programie jest poruszany temat pierwszego dnia w szkole, to widz może się dowiedzieć, że najlepszym śniadaniem dla dziecka są naleśniki z truskawkami karmelizowanymi z bazylią, z kolei na drugie śniadanie szaszłyki czy koreczki z owoców lub małe roladki typu: melon zawijany w szynkę, zamiast popularnych kanapek. Z kolei ekspert ekonomii w tym samym programie wyraża swoje niezadowolenie z poziomu edukacji ekonomicznej dzieci w Polsce:

Robert Kantereit: Kieszonkowe to dziś coś normalnego. Dzieci dostają zazwyczaj kieszonkowe od swoich rodziców?

Ekspert (ekonomista): Tak. Kieszonkowe to jest dzisiaj standard. Rodzice powinni zadbać, szkoła nie potrafi o to zadbać, więc to rodzice powinni zadbać o edukację ekonomiczną dzieci.

R.K.: A w jaki sposób?

E.: Jest dużo możliwości, książeczki SKO w **biedniejszych regionach Polski**. W **większych miastach popularne są konta** dla młodzieży, jeśli dziecko skończy 13 lat może samo za zgodą rodziców otworzyć konto z kartą płatniczą.

KcH, 1.09.2008

W przytoczonym przykładzie ekspert wypowiada się autorytatywnie: „Tak. Kieszonkowe to jest dzisiaj standard”. Tego typu wypowiedzi mają wymiar nie tylko informacyjny, lecz także wartościujący, ponieważ z tej opinii wynika, że jeśli dziecko nie otrzymuje kieszonkowego, to jest poza standardem, co ma negatywne konotacje. W powyższej wypowiedzi eksperta zaznaczony został podział Polski na regiony biedniejsze, czyli wsie i małe miasta oraz bogatsze, skupione w dużych miastach. Zatem jest opozycja centrum – peryferie. Sygnały zawarte w jego wystąpieniu wskazują, że ekspert mówi z pozycji centrum.

Innymi tematami związanymi z dziećmi poruszonymi w programie są zajęcia dodatkowe (angielski, rytmika, kółko teatralne, kółko sportowe, plastyczne), urządzanie pokoju dziecka czy też nowoczesne, polskie szkoły, co również jest wyrazem mody. Oto jeden z przykładów:

Temat felietonu: „Nowoczesna szkoła w Gdańsku istny raj dla uczniów”

Zapowiedź felietonu:

Robert Kantereit: Paulino, a pamiętasz swoją szkołę podstawową? Jedno boisko, mówię w ciemno, bo zapewne tak było. Jedno boisko, jedna sala gimnastyczna, a teraz wyobraźmy sobie szkołę nowoczesną [...]. Najnowocześniejsza szkoła w Polsce: 4 boiska, bieżnia na sześćdziesiątkę i na setkę, boiska wielofunkcyjne, cztery sale gimnastyczne: do siatki, do kosza, do piłki ręcznej, do wszystkiego. Wyobrażasz sobie to?

KcH, 1.09.2008

Przykładów promowania nowoczesnych, luksusowych rozwiązań proponowanych dla dzieci oraz nowoczesnych metod wychowawczych, tj. edukacja ekonomiczna, dodatkowe zajęcia, kolorowa dieta czy organizowanie przedstawień dla dzieci przez rodziców można mnożyć.

Grzegorz Miśtał: Porozmawiamy dzisiaj z rodzicami warszawskich przedszkolaków, którzy specjalnie dla swoich dzieci przygotowują spektakle teatralne.

KcH, 9.06.2010

Są to jednak kolejne przesłanki pozwalające ukuć wniosek, że obraz świata kreowany w programie jest luksusowy, nowoczesny i przedstawiany z perspektywy dużych miast, czyli centrum.

W magazynie *Kawa czy herbata?* kolejnym często pojawiającym się tematem są kobiety. Występuje on przy okazji poruszania innych wątków takich, jak zdrowie, dzieci, rodzina, praca, pasje/hobby, sport. Charakterystyczne jest jednak to, że kobiety przedstawiane są z punktu widzenia feministycznego, czyli jako silne, zorganizowane, które potrafią pogodzić obowiązki domowe z zawodowymi. Nie są to kobiety, które zajmują się tylko wychowywaniem dzieci i prowadzeniem domu. Przeciwnie są to kobiety, które odniosły sukces na polu zawodowym, co obrazuje temat jednego z wywiadów z udziałem kobiet właśnie: „Na imię mi sukces” (KcH, 18.02.2010) czy też pytanie do ekspertów: „Czy kobiety są lepszymi kierownicami od mężczyzn?” (KcH, 5.11.2012). Tę tendencję obrazują też poniżej przytoczone zapowiedzi prezenterów:

1. Piotr Maślak: Witamy dzisiaj w *Kawie czy herbatce?*

Aleksandra Rosiak: Która będzie dzisiaj, proszę państwa, bardzo sfeminizowana.

P.M.: A to dlatego, że pojawiają się u nas same **kobiety sukcesu. Polki skazane na sukces.**

A.R.: Ale żeby panom nie było smutno, poruszymy kilka męskich wątków. m.in. porozmawiamy o najnowszym filmie Romana Polańskiego.

[...]

A.R.: Jarek, dzisiaj rozmawiamy o tym, że są w Polsce i to bardzo ważne i to chcemy podkreślać **kobiety, które odnoszą sukces w życiu zawodowym**. Jaki ty masz stosunek do podporządkowania się kobiecie np. w pracy.

Jarosław Kret: Mam powiedzieć oficjalnie? Oficjalnie powiem – Kocham wszystkie kobiety szefowe. Pozdrawiam moje szefowe. Nieoficjalnie powiem – Kocham wszystkie kobiety szefowe.

A.R.: Czyli problemu z tym nie masz, bo o ile wiem, to w pogodzie twoją szefową jest kobieta.

Jarosław Kret: Tak.

A.R.: **Kobiety na stanowiskach, to jest to**. A kobiety za kierownicą, proszę państwa?

KcH, 18.02.2010

2. Agata Konarska: **Wspaniałe kobiety będą dzisiaj w studiu**. Porozmawiamy z Beatą Pawlikowską, co zrobić, żeby zachęcić kobiety do jeszcze większej aktywności. Do tego by realizować swoje pasje i marzenia. Będzie taka **typowa kobieta sukcesu, która udanie łączy karierę zawodową i prywatną z realizowaniem swoich marzeń**, zdobywa najwyższe szczyty świata jednocześnie porywa się teraz na morskie głębiny.

KcH, 29.06.2011

3. Grzegorz Miśtał: **Będziemy także lansować tezę, że kobiety są dużo lepszymi kierownicami niż mężczyźni**. Nie wiem, czy się z tym zgodzisz?

Klaudia Carlos: Ooo, drogie panie. Oczywiście!

G.M.: Ja uważam, że wbrew pozorom, wbrew tym wszystkim stereotypom, panie jeżdżą naprawdę rozważnie, ostrożnie, spokojnie.

KcH, 5.11.2012

W powyższych przykładach ujawnia się stereotyp. Podkreślana jest odmienności obu płci, różnorodność ich potrzeb, co widoczne jest w tematach podejmowanych w poranku, które dedykowane są wyłącznie dla wskazanej płci, dlatego w programie mówi się m.in. o męskich i damskich wariantach diet, kosmetyków, dań, ćwiczeń, filmów, wydarzeń kulturalnych itp. Tę tendencję można określić mianem „fragmentaryzowania” rzeczywistości w mediach (MIKUŁOWSKI-POMORSKI, 2007: 29–45). Ponadto w tematach dotyczących kobiet również ujawnia się stereotyp płci. Z jednej strony wykorzystuje się w programie tę przyjętą opozycję kobieta vs mężczyzna (Tyc, 2016: 109) i opozycja ta stanowi punkt wyjścia do podejmowanych tematów, rozmów, konsultacji. Z drugiej zaś strony próbuje się przełamywać stereotypy, gdyż mówi się o kobietach jako o dobrych kierownikach lub prezentuje się odbiorcy kobiety twardzielki. W programie *Kawa czy herbata?* szczególnie eksponuje się silne kobiety. Pojawiają się jednak sygnały niestereotypowego prezentowania mężczyzn, co widoczne jest w duetach, które współtworzy Chylewska. Kantereit, któremu zdarza się o coś potknąć, spaść z podestu czy pogubić w studiu (fot. 74) lub Brzózka, który nie interesuje się sportem, wypadają jako ci słabsi u boku Chylewskiej. Oto przykład:

Fot. 74



Źródło: KcH, 15.09.2008 r.

Paulina Chylewska: No właśnie tak myślałam, co tu zrobić, żeby nie spaść, ale Robert to wykorzystał, jak się okazuje.

KcH, 15.09.2008

W powyższych zapowiedziach (przykłady nr 1, 2, 3) zaznaczone zostały leksemy opisujące kobiety, na tyle wyjątkowe, żeby dostać zaproszenie do telewizji, czyli do medium – jak wcześniej opisano – mającego siłę nobilitującą. Są to kobiety: „sukcesu”, „skazane na sukces”, „wspaniałe”, „które łączą karierę zawodową i prywatną z realizowaniem swoich marzeń”. Zatem w programie *Kawa czy herbata?* promuje się wizerunek kobiety silnej, która nie tylko potrafi łączyć życie zawodowe z prywatnym, ale dodatkowo jeszcze spełniać swoje marzenia, pasje i to często ekstremalne. Panie goszczące w programie to zadbane, wysportowane, aktywne, pomysłowe, często też zamożne kobiety, *businesswoman*. Biorąc pod uwagę te kategorie i fakt, że program był emitowany kilka lat temu, należałoby rzec, że to nieprzeciętne Polki. Poprzeczka, wyznaczona w programie do otrzymania miana kobiety sukcesu, została ustawiona bardzo wysoko.

W przypadku tematu mężczyzn poruszanego w *Kawie czy herbacie?* nie można zebrać tak bogatego materiału ilustrującego. W programie nie opisuje się ich mianem „mężczyzna sukcesu”, „silny mężczyzna”. Takie sformułowania nie funkcjonują, nie pojawiają się. Mężczyzna jest płcią silną (JĘDRZEJKO, 2003: 27) i nie musi tego udowadniać werbalnie, nie jest to nic nadzwyczajnego. Z kolei kobieta jako płeć stereotypowo słaba, uzależniona od mężczyzny, gdy staje się niezależna, należy to zaznaczyć, wyróżnić, zwerbalizować, bo jest to swoista osobliwość.

Z tematem kobiet związany jest także stereotyp matki, który również eksponowano w programie. Jednak znowu w materiale pokazuje się kobiety, które są świadomymi matkami i wiedzą wszystko o zdrowym odżywianiu, zdrowym stylu życia, które w trakcie ciąży i po urodzeniu dziecka stosują najnowsze trendy, gadzety, kosmetyki, ćwiczenia itd. Są to zatem kobiety, które dbają nie tylko o dziecko, ale też o siebie. Promuje się również aktywność wśród młodych

mam. W rozmowach, które można określić „między nami kobietami”, ponieważ w programie często na tematy kobiece z gośćmi-kobietami rozmawia prowadząca, pojawia się zażyłość i familiarność. Te rozmowy często mają charakter intymnych zwierzeń, w które włącza się również prezenterka. Oto przykład:

Beata Chmielewska-Olech: Co do jednego zgadzamy się wszystkie. Przyjście na świat dziecka to magiczna chwila i warto, aby każda z pań to mogła przeżyć i poczuć.

KcH, 30.06.2011

W rozmowie na temat porodów prezenterka wypowiada się również jako matka dwójki dzieci, zatem prowadzi rozmowę z perspektywy własnych doświadczeń, własnego punktu widzenia. Przez indywidualizację wypowiedzi, dzielenie się własnymi doświadczeniami i przeżyciami kobiece rozmowy, choć publiczne, sprawiają wrażenie intymnych. Osobistym rozmowom w studiu sprzyja scenografia. Partnerzy dialogu znajdują się blisko siebie, przy stole, na którym stoją dzbanki, filiżanki z kawą i herbatą, patrzą sobie w oczy podczas rozmowy, nachylają się do siebie, żeby skrócić dystans, zbliżyć się (fot. 75).

Fot. 75



Źródło: KcH, 30.06.2011 r.

Widz poza rozmówczyniami nie widzi i nie słyszy nikogo innego. Ma wrażenie, że panie w studiu w tym czasie są same, co potęguje wrażenie intymności tych rozmów. Jak zauważa Bożena Witosz, bliskość oprócz wymiaru fizycznego ma wymiar aksjologiczny:

Intymna bliskość umożliwia spotkanie dwu podmiotów, dwu osobowości, ich współbycie, współodczuwanie, współprzeżywanie, relacje: uwagi, skupienia, ale też partnerstwa, serdeczności, szczerości i przyjaźni.

WITOSZ, 2007: 19–20

Intymne rozmowy kobiet w programie *Kawa czy herbata?* nie są nachalne, niegrzeczne, bezceremonialne. Rozmówczynie mówią o rzeczach dla nich ważnych, wykazują się serdecznością, współodczuwaniem z innymi kobietami, których w studiu nie ma. Można tę kobiecą relację w rozmowie znowu określić

słowa Witosz: „Kontakt w rozmowie oznacza dla kobiet również zmysłową radość z odczuwania bliskości” (WITOSZ, 2009: 92).

Kawa czy herbata? jest programem, w którym buduje się zażyłą relację z odbiorcami, patrząc na świat ich oczyma, mówiąc o różnych zagadnieniach również z ich perspektywy (przynajmniej taki przekaz się kreuje). Pamięta się także o tym, że program rozpoczyna się o 6:00 rano, kiedy widz dopiero się budzi, ten fakt jest uwzględniany przy doborze tematów. Mówił o tym Jan Kisielewski, długoletni prezenter w poranku, „widz tak wcześnie rano jest bezbronny i nie wolno go atakować twardymi wiadomościami” (BARAŃSKA, b.r.w.: 29).

Tę poufałą, przyjacielską, zorientowaną na widza atmosferę tworzą prowadzący, którzy często w programie oprócz zwrotów adresatywnych czy innych działań impresywnych, indywidualizują swoje wypowiedzi, ujawniając przez to prywatne informacje na swój temat oraz ujawniając własny punkt widzenia. Oto przykłady:

4. Robert Kantereit: Dla państwa pierwszy dzień września to przede wszystkim nowy rok szkolny i pierwszy dzień w szkole.

KcH, 1.09.2008

5. Paulina Chylewska: Ja mam wrażenie, że to szczególnie trudny dzień dla tych wszystkich, którzy swoje dzieci posyłają do szkoły po raz pierwszy. Za was, kochani, bardzo mocno trzymam kciuki, bo mam wrażenie, że to potwornie trudny moment. Także dla tych, którzy dzieci posyłają do przedszkola. Tych to już w ogóle rozumiem, biorąc pod uwagę wiek mojej córki. [...]

Paulina Chylewska: Dzień, który najmniej lubią uczniowie i w ogóle wszystkie dzieciaki, czyli pierwszy dzień szkoły niestety.

KcH, 1.09.2008

6. Agata Konarska: A my pokazujemy już państwu Warszawę. Dziś o drugiej nad ranem fala kulminacyjna na Wiśle dotarła do stolicy. My nawet osobiście, bo mieszkamy na Wilanowie trochę z niepokojem przyglądaliśmy się, czy rzeczywiście nigdzie te wały nie powodują żadnego zagrożenia. A tym bardziej, że wczoraj wieczorem okazało się, że wał Zawadowski przemakał.

KcH, 9.06.2010

7. Paweł Pochwała: Czytamy dzisiaj pierwsze strony gazet i rzeczywiście bardzo nieciekawa sytuacja w Atenach. I to jest jakiś paradoks, że właśnie teraz w szczycie sezonu turystycznego w tym jednym z najpiękniejszych turystycznie krajów, takie tam Grecy mają kłopoty, problemy. Trzymajmy za nich kciuki, żeby to wszystko przetrzymali.

Beata Chmielewska-Olech: Ale na wyspach jest podobno spokojnie także jedźmy tam. Jeśli ktoś tam ma zaplanowany urlop to chyba śmiało może tam jechać i wesprzeć jakoś tę grecką gospodarkę.

KcH, 30.06.2011

8. Grzegorz Miśtał: Witamy państwa bardzo serdecznie. Klaniamy się państwu nisko po długim świątecznym weekendzie. Dawno się nie widzieliśmy. Moje dzieci jeździły na sankach i lepiły bałwana. Nie wiem jak twoje?

Klaudia Carlos: O! Proszę bardzo. Moje nie, moje niestety nie.

G.M.: Wiele porad dzisiaj u nas ciekawych w naszym programie. Między innymi związanych właśnie z dziećmi. Porozmawiamy o tym, jak w tym okresie jesienno-zimowym poprawiać odporność **naszych** dzieci. Przyda się nam ta wiedza, prawda, obojgu.

K.C.: Oczywiście.

KcH, 5.11.2012

Powyższe przykłady obrazują sposoby prowadzących na budowanie relacji z widzami poprzez tworzenie wspólnego świata z odbiorcą, wyrażonego w 1. os. l. mn., czyli „my” inkluzywne: „dawno się nie widzieliśmy”, „jedźmy tam” lub „my” ekskluzywne: „my osobiście”, „przyglądaliśmy się”. W wypowiedziach pojawiają się też zaimki: dzierżawcze: „naszych dzieci” i osobowe: „przyda nam się”. Kolejnym sposobem jest tworzenie relacji współodczuwania, współprzeżywania z odbiorcą, które z kolei prowadzący wyrażają w 1. os. l. poj.: „Za was kochani bardzo mocno trzymam kciuki”. „Tych to już w ogóle rozumiem”. Prezenterzy dzielą się również z widzami swoimi doświadczeniami, sposobami spędzania wolnego czasu, miejscem zamieszkania: „biorąc pod uwagę wiek mojej córki”, „mieszkamy na Wilanowie”, „Moje dzieci jeździły na sankach i lepiły bałwana”, „Moje nie, moje niestety nie”. Wszystkie te zabiegi powodują, że widz z jednej strony może się poczuć z gospodarzami programu jak z przyjaciółmi, ze znajomymi z sąsiedztwa, którzy mają podobne lub te same problemy, podobne doświadczenia, opinie. Z drugiej zaś strony prowadzący są wsparciem dla widza w trudach codzienności. Służą mu radą, dobrym słowem, trzymają kciuki, wykazują zainteresowanie jego sprawami. Nie bagatelizują codziennych problemów, wręcz przeciwnie nawet je hiperbolizują i emocjonalizują. Przykładem hiperbolizowania powszednich sytuacji jest np. pierwszy dzień w szkole, który nie musi wiązać się z traumą dzieci i rodziców. Może być radosnym, ważnym dniem w życiu rodziny. Dla starszych dzieci może być także okazją do spotkania się ze znajomymi, kolegami z klasy itp. Można zatem w tej sytuacji znaleźć też pozytywne aspekty, jednak tego w programie się nie robi.

Kolejnym przykładem hiperbolizowania jest choroba. Zawsze w okresie jesienno-zimowym, kiedy można było zaobserwować, jak co roku, wzmożoną zachorowalność na grypę, w programie mówiono o epidemii, o nieprawidłowościach w przychodniach, szpitalach itp.

Familiarność, intymność i poradnictwo jest jedną z dwóch dominujących płaszczyzn, tworzących charakter programu *Kawa czy herbata?*. Drugą jest biesiada, zabawa oraz plotka, co jest wpisane w korzenie tego przekaznika, ponieważ „Telewizja jest spośród tzw. tradycyjnych mediów (prasa, radio, telewizja) najbardziej kojarzone z rozrywką i to niewysokich lotów” (PIECHOTA,

2012: 122); „[...] od samego właściwie początku wiązano telewizję ze sferą rozrywki, kultury popularnej oraz praktykami podglądania codziennego życia” (OGONOWSKA, 2007: 177).

Ideą telewizji na śniadanie jest ludyczność, lekka, rozrywkowo-edukacyjna formuła programu, który określany jest mianem „edurozrywkowego”, ponieważ wypełnia widzom czas, „przyjemnie, niewymagająco i konwencjonalnie dostarczając najróżniejszych treści od edukacyjnych, przez informacyjne, po czysto rozrywkowe” (PIECHOTA, 2012: 168). Obie te płaszczyzny, których granice są płynne i często współwystępują lub nakładają się na siebie, wydzielone zostały na potrzeby uporządkowania opisu, wpisują się w charakter rozrywkowy programu, tylko robią to inaczej, z wykorzystaniem innego stylu.

Z ludycznością związana jest potoczność, która charakteryzuje się wysokim emocjonalnym nacechowaniem. „Są to przeważnie emocje skrajne, bogatsze niż w polszczyźnie standardowej i bardziej wyraziście eksponowane” (LUBAŚ, 2003: 161). W płaszczyźnie, która na potrzeby tej analizy została określona jako familiarna, intymna, dominowały emocje pozytywne, ponieważ każda historia miała optymistyczną puentę, dawała nadzieję, siłę, wiązała się z ekspresją i dodatnim wartościowaniem, ale też z „funkcją atraktywną” (MALISZEWSKI, 2007: 69), czyli atrakcyjnością i przystępnością przekazywanych treści. Łączyła się z delikatnością, wycuciem, wrażeniem prywatności. Z kolei płaszczyznę biesiadną charakteryzuje wesołkowatość, żart często niewyszukany oraz bezceremonialność, kpina i plotka. Nie zawsze też w tej płaszczyźnie pojawia się wartościowanie dodatnie. Oto przykłady:

Paweł Pochwała: Ale **Romek** zadałeś nam tutaj kilka tygodni temu pytanie, czy byśmy poszli na koncert Michaela Jacksona. **Tak! Bezwzględnie!** Na koncert Britney Spears... [tu pojawia się gest, fot. 76 – E.T.].

KcH, 7.05.2009

Fot. 76



Źródło: KcH, 7.05.2009 r.

W programie w rozmaitych formułach, ale stale pojawiał się kącik muzyczny, w którym redaktorzy muzyczni mówili o wydarzeniach, najnowszych

płytach czy artystach/celebrytach. Prezentacja tych informacji przeważnie odbywała się w polilogu z gospodarzami programu, którzy pytali, komentowali lub weryfikowali swoje informacje na jakiś temat formułami typu: „Czy to prawda, że...”, „O ile mi wiadomo, to...”, „Słyszałam/czytałam, że...”. Te rozmowy przybierały charakter plotkarski, na co wskazują też metateksty: ‘nie wiem ja, tylko wie ktoś, a ja to przekazuję’. Pojawiały się w nich emocje, ekspresja wyrażona wykrzyknieniami, zdrobnieniami. Wartościowanie widoczne jest również w przytoczonej replice Pochwały, który wyraża aprobatę dla Michaela Jacksona, z kolei Britney Spears deprecjonuje milczeniem i gestem (fot. 76) określanym jako agresywny, uciszający, zamykający temat czy też perswadujący (ZAŁAZIŃSKA, 2006: 175). Rozmówcy określają Britney Spears jako „niegrzeczną dziewczynkę”. Mówią, że nie mogą zrozumieć jej fenomenu i cieszą się, że nie są nastolatkami, bo oni wychowali się na lepszej muzyce. Cały polilog jest wartościujący i prowadzony z perspektywy określonego wieku, pokolenia, gustów muzycznych. Można znaleźć tam też elementy moralizatorskie i prześmiewcze. W dalszej części programu rozmawiano o kolejnym młodym piosenkarzu. Oto fragment tej rozmowy:

9. Iwona Schymalla: Mówimy teraz o **bożyszczu** nastolatka.

Roman Rogowiecki: No więc wyobraźcie sobie, że ten **facet** przeżywa pandemonium, na szczęście nie będzie tej **świńskiej grypy** pandemonium, ale będzie... Popularność jego jest niesamowita to, co się stało jego samego...

I.S.: Ale kto? Zac Efron.

R.R.: **Dwudziestojednoletni dżentelmen z Kalifornii, który nie skończył żadnej szkoły**, żeby było śmieszniej, bo nie zdążył.

Paweł Pochwała: **Super!**

[...]

R.R.: On ma w sobie coś takiego rzeczywiście, co te dziewczyny **podnieca**, przepraszam, że tak powiem.

I.S.: To zupełnie tak jak Paweł, prawda?

P.P.: Bardzo jestem ciekaw...

R.R.: Ale Paweł kryje swój wzrok za okularami. On na szczęście jeszcze nie nosi okularów.

I.S.: Jeszcze [śmiejch – E.T.].

R.R.: No wszystko się może zdarzyć, ale u Pawła to jest taki męski...

P.P.: Porozmawiajmy o Zacu, dobrze?

I.S.: Porównania się same narzucają! [śmiejch – E.T.]

KcH, 7.05.2009

W tym przykładzie znowu widoczne są emocje, ekspresja, kolokwializmy, ale też ironia, która wyrażona jest w określeniach: „bożyszczę”, „dżentelmen”, które wypowiedane są złośliwie.

Oprócz tematów muzycznych w tej rozmowie pojawia się również wątek zakulisowy programu, czyli plotki na temat pary prowadzących, które wyraźnie zaskoczyły prezenterów:

Roman Rogowiecki: Jesteście tak znaną parą telewizyjną, że i tak wszyscy myślą, że jesteście razem.

Iwona Schymalla: Tak?! Będziemy dementować.

KcH, 7.05.2009

W tego typu rozmowach nie ma takiego wyczucia w doborze leksyki, delikatności, intymności, które pojawiały się w rozmowach określonych mianem „kobiecych”. W zamian występuje rubasność oraz ironia. Tym, co łączy te dwie różne płaszczyzny w programie, są gospodarze, którzy płynnie przechodzą z segmentu, w którym podejmowane są intymne tematy do segmentów w pełni rozrywkowych. Zarówno podczas jednych, jak i drugich niezmiennie ujawniają swój punkt widzenia i perspektywę.

Ludyczność w programie śniadaniowym związana jest również z celebrowaniem rozmaitych świąt czy też dni specjalnych, które są wpisane w polską tradycję albo tych wynikających ze zmieniających się pór roku:

W społeczeństwach tradycyjnych całość życia była regulowana rytmem świąt religijnych oraz rozmaitymi rytuałami i obrzędami związanymi z pracami rolnymi i gospodarczymi. Świąta, ceremonie połączone z tańcem, śpiewem, zabawą związane były z naturalnym rytmem przyrody. [...] W miarę niwelacji elementów kultury tradycyjnej zacierał się sakralny charakter świąt, zabaw i gier, a wzbogacała się strona widowiskowa i ludyczna.

MROCZKOWSKA, 2004: 125–126

W *Kawie czy herbatce?* święta i rytuały są tematem organizującym porządek programu, stanowią swoistą oś tematyczną. Oprócz dni związanych ze świętami Bożego Narodzenia, Wielkiej Nocy oraz tych wyznaczonych tradycją katolicką m.in. Święto Zmarłych, Środa Popielcowa, w programie celebruje się też mikołajki, Noc Świętojańską, pierwszy dzień wiosny, walentynki, andrzejki, sylwestra, pierwszy dzień letnich wakacji, pierwszy dzień szkoły, weekendy, długie weekendy czy ostatki, ale też święta państwowe, np. Święto Niepodległości czy pierwszy dzień prezydentury Polski w Unii Europejskiej. W poranku mówi się o tradycji związanej z danym dniem, w kuchni przygotowuje się potrawy, które można wtedy serwować, pojawiają się też rady, jak przygotować ozdoby, jakie prezenty kupić, jak się ubrać, informuje się, jaka będzie pogoda itp. Proponuje się też widzom rozmaite sposoby spędzania czasu wolnego, często polecane są aktywne formy wypoczynku poza domem. Scenografia studia jest wówczas ozdobiona bibelotami nawiązującymi do danego święta lub dnia specjalnego (fot. 77).

Fot. 77



Źródło: KcH, 1.07.2011 r.

Jak zauważa Bogusław Skowronek media

[...] muszą opierać się na wspólnej dla wszystkich bazie. Nie mogą „uciec” od obrazu świata zawartego w języku wspólnoty; obrazu, który jest pochodną konceptualizacji świata obowiązującego w danej kulturze.

SKOWRONEK, 2013: 62

Zatem celebrowanie w programie dni świątecznych ważnych lub lubianych w polskiej kulturze, eksponowanie ich widowiskowego, materialnego charakteru jest wpisaniem w tę wspólną bazę kulturową. Współświątowanie i współbiesiadowanie przy obficie zastawionym stole z gośćmi, ale też z widzami, składanie im życzeń, kolędowanie nie tylko buduje tę przestrzeń ludyczną, ale też wpisuje się w tematykę codzienności widza.

Z biesiadą w programie *Kawa czy herbata?* są związane występy rozmaitych artystów lub grup muzycznych, tanecznych czy sportowych (fot. 78).

Fot. 78



Źródło: KcH, 16.12.1994 r.

Źródło: KcH, 18.02.2010 r.

Źródło: KcH, 1.07.2011 r.

Podczas występów muzycznych prowadzący podrygują, tańczą, kołyszą się w rytm muzyki. Wtedy w studiu panuje zabawa, dynamika, ruch. W rozrywkę w programie wpisują się rozmaite gry i konkursy z nagrodami dla widzów oraz teledyski, które stanowią jego stały element.

Transformacje codzienności

W programie *Kawa czy herbata?* od początku czerpano pomysły, tematy z codzienności, którą interpretowano i kreowano w studiu, ale w poszcze-

gólnych okresach w odmienny sposób. Zebrany materiał wyraźnie pokazuje, że ten obraz w poranku się zmieniał, ewoluował na wielu płaszczyznach. Ta konstatacja zapewne nie dziwi, ponieważ analizą został objęty materiał od roku 1993, więc zmiany, które pojawiały się na przestrzeni dwudziestu lat są raczej naturalne. W programie można jednak odnaleźć elementy stałe, które występują w całym materiale. Należą do nich familiarność i potoczność, ponieważ wywiady w programie zawsze prowadzone były przy stole w towarzyskiej atmosferze, na którym stały filiżanki lub kubki z kawą i herbatą, co również było niezmiennym, nawiązującym do nazwy, atrybutem programu. Już w latach 90. zwracano się do gości w formie mniej oficjalnej, czyli „pani Krystyno”, „panie Tadeuszu”, co świadczyło o skracaniu dystansu i o budowaniu towarzyskiej relacji z gośćmi. Nie zmienia to jednak faktu, że goście zawsze byli traktowani z należytym szacunkiem. W programie niezmiennie nie pojawiały się wulgaryzmy i nie były łamane zasady grzeczności takie, jak:

1. Wielokrotne, natrętne powtarzanie pytania;
2. „Egzaminowanie”, sprawdzanie wiedzy czy wręcz „przesłuchiwanie” rozmówcy [...];
3. Przerywanie wypowiedzi [gościom – E.T.];
4. Pytania zdradzające negatywne emocje (irytację, zniecierpliwienie, oburzenie);
5. Kłócenie się;
6. Przypominanie gaf.

LOEWE, 2013a: 301

Warto zaznaczyć, że strategia w punkcie trzecim jest stosowana w poranku wybiórczo, ponieważ gościom *Kawy czy herbaty?* nigdy nie przerywano wypowiedzi. Jednak prowadzący przerywali sobie wzajemnie, co zostało już opisane wcześniej. Tę strategię można obserwować w zgromadzonym materiale od 2001 roku, na początku lat 90. nie występuje ona w ogóle. Iwona Loewe wśród strategii niegrzeczności wymienia jeszcze „nadmierną liczbę pytań”, co znowu wymaga komentarza. Nie można jednoznacznie stwierdzić, że ta strategia nie występuje w programie, ponieważ stosuje ją Chylewska. W skali całego zgromadzonego materiału jest to jednak zjawisko marginalne pojawiające się dopiero od 2006 roku.

Do stałych elementów programu, które występują w całym zgromadzonym materiale, oprócz serwisu informacyjnego i prognozy pogody, należy zaliczyć również występy muzyków, piosenkarzy na małej scenie. Zawsze pojawiały się też materiały odtwarzane, które były przygotowane wcześniej, poza studiem oraz kalendarium, które przybierało rozmaite formy. Czasami było mniej lub bardziej rozbudowane, początkowo odczytywane przez gospodarzy później prezentowane w zajawce, ale ten element pojawiał się nieprzerwanie. Stałym elementem była też telepiśmienność, czyli wyświetlane na ekranie wizytówki gości

(fot. 79), którzy dodatkowo byli przedstawiani przez gospodarzy, zatem był to komunikat redundantny.

Fot. 79



Źródło: KcH, 16.12.1996 r.

Źródło: KcH, 13.01.1995 r.

Źródło: KcH, 3.12.2009 r.

Już w latach 90. w programie *Kawa czy herbata?* występował kod piśmienny dynamiczny przypominający popularny dziś w telewizji pasek, na którym wtedy pojawiały się informacje redundantne – kto i jaki utwór wykonuje aktualnie na scenie, choć te informacje były widzom także przekazywane przed lub po występie przez prowadzących. Później, w zgromadzonym materiale od 2009 roku, pojawiają się paski z informacjami niezwiązanymi z programem.

Fot. 80



Źródło: KcH, 16.12.1996 r.

Grafika piśmiennych wizytówek (kod statyczny) i pasków (kod dynamiczny) zmieniała się, co widać na powyższych zdjęciach (fot. 79 i 80), wynikało to z rozwoju techniki graficznej. Jednak istotne jest to, że kody piśmienne występowały w tym programie już w latach 90., a w telewizji w ogóle – od początku jej istnienia (por. ROPA, 1981).

W programie *Kawa czy herbata?* jednak wiele elementów się zmieniało. Należy do nich scenografia studia i czołówka, co zostało szczegółowo opisane w części interpretującej szkatułkową budowę programu. Zmieniał się styl prowadzenia programu, co związane było z jednej strony z trendami w telewizji, która stawała się coraz bardziej dynamiczna. Z drugiej zaś strony – ze zmieniającymi się gospodarzami, którzy wnosili do *Kawy czy herbaty?* swój własny styl

– styl indywidualny, co również zostało już szczegółowo opisane w części dotyczącej stylu osobniczego. Zdecydowanie przeformułowywana w programie była grzeczność zarówno ta językowa, jak i niewerbalna, czyli strój, czas poświęcony gościom, przygotowanie się do programu, sposób zachowywania się.

W latach 90. gospodarze programu występowali w roli pośredników między gośćmi w studiu a widzami. Ich wypowiedzi były zredukowane do niezbędnego minimum. Prowadzący nie rozmawiali ze sobą, raczej się mijali. Z czasem stawali się coraz bardziej widoczni. Ich rozmowy podczas programu były coraz dłuższe. Stali się też komentatorami rozmaitych wydarzeń. Ciekawe jest również to, że zaczęli eksponować swój własny punkt widzenia, swoje zdanie, co nie było widoczne w latach 90. Pozwalali sobie również na rubaszne żarty i bezceremonialne zachowania. Ta śmiałość i aktywność wpływała na kształtowanie dyskursywnego obrazu świata. Zmienił się również stopień przygotowania prezenterów do programu i ich stosunek do widza. Oto przykład:

10. Anna Popek: Tak, no to myślę, że tyle zachęty wystarczy. A skoro zaczęliśmy od zimnych ogrodników i od pogody, to teraz zapraszamy państwa na prognozę pogody.

[...]

Marcin Zimoch: Pogoda nadal pozostajemy pod wpływem słonecznego wyżu [...] wiatr wywołujący w Sudetach **zjawiska fenowe**.

A.P.: **Kto nie wie, niech sprawdzi w podręczniku do geografii, co to jest.**

A my podajemy temperatury [...] [1,5 minuty – E.T.].

KcH, 14.05.2001

11. Agnieszka Szulim-Badziak: [...] Jak zwykle wspominać będziemy o jubilatach. 8 maja urodził się między innymi Stanisław Witkiewicz, czyli Witkacy. **Nie musimy chyba mówić, kim był?** Czy mi się wydaje?

Radosław Brzózka: Eee... Chyba nie! A na pewno yyy chcemy powiedzieć o tym, że to jego ojciec, bo...no właśnie, no właśnie.

A.S.-B.: Yh... Przepraszam bardzo.

R.B.: Witkacy miał swojego tatę i to właśnie jemu chcielibyśmy złożyć hyhy [śmiech – E.T.] życzenia, czyli musieliśmy powiedzieć, o kogo chodzi.

A.S.-B.: Stanisław Witkiewicz, tak.

R.B.: I Enrique Iglesias tu też....

A.S.-B.: Jak ktoś był w Zakopanem, to na pewno wie, o co chodzi.

R.B.: Taaak, ale z Enrique Iglesiasem też byśmy mogli...

A.S.-B.: Po Witkiewiczu ten Iglesias jakoś mi kompletnie nie leży.

R.B.: Eee... Też artysta, po pierwsze...

A.S.-B.: Tylko inna działka kompletnie.

R.B.: Po drugie też miał słynnego... Akurat Enrique ma słynnego tatę. Po nim odziedziczył nazwisko.

A.S.-B.: A Stanisław Witkiewicz ma, miał słynnego syna.

KcH, 8.05.2009

Fot. 81



Źródło: KcH, 14.05.2001 r.

Źródło: KcH, 8.05.2009 r.

Powyższe przykłady (nr 10 i 11) obrazują podobne sytuacje, aczkolwiek zrealizowane zupełnie inaczej. Pierwszy z nich to prognoza pogody prezentowana przez gospodarzy tuż po zapowiedzi. W tym przykładzie Popek podaje termin naukowy: „zjawiska fenowe” i bez wahania, autorytatywnie niczym nauczycielka odsyła widzów do podręcznika geografii. W drugim przykładzie, osiem lat później, Szulim-Badziak przywołuje znaną postać, jednak ma wątpliwości, czy tłumaczyć widzom, kim był Witkiewicz. Jest niepewna. Później okazuje się, że prezenterka sama nie wie, o kim mówi. Te dwa przykłady po pierwsze pokazują odmienne wizerunki prezenterek. Popek – uprzejma, sympatyczna, kompetentna, stanowcza, pewna siebie, dobrze przygotowana, ale wymagająca. Jej zachowanie przypomina zachowanie nauczycielki, która pilnuje czasu, przestrzega go, dyscyplinuje swojego partnera, jest stanowcza w podejmowaniu decyzji, jednak ostatecznie – sympatyczna. Ta postawa przypomina też zachowanie Schymalli w latach 90. Z kolei Szulim-Badziak jawi się z jednej strony jako osoba zarozumiała, jej zachowanie jest momentami pretensjonalne, wyniosłe, z drugiej zaś, myli się, nie jest pewna, co można tłumaczyć niewiedzą lub brakami w elementarzu kulturowym. W przykładzie nr 11 partnerzy „szyją” swoją zapowiedź, która jest chaotyczna i nawet można zaryzykować stwierdzenie, że kompromituje prezenterów w oczach widzów. Widać to również w postawie prowadzących na załączonych zdjęciach (fot. 81). Te dwie przywołane sytuacje wspaniale obrazują zmianę stylu programu. Nie są to sytuacje epizodyczne, które zdarzyły się raz. Pomyłki, „szycie” wypowiedzi, pozorowanie równorzędności relacji między prezenterem a widzom, to cechy programu widoczne w materiale od 2008 roku. Drugi przykład obrazuje też jedną ze strategii niegrzeczności, czyli przerywanie sobie wypowiedzi w duecie.

Zmieniała się także codzienność prezentowana w poranku. W latach 90. były to tematy dotyczące m.in. wydarzeń kulturalnych, narodowych zabytków, polskich uczelni i bibliotek, międzynarodowych kongresów naukowych np. medycznych, rozmaitych jubileuszy, rocznic itp. Rozmawiano z pisarzami, poetami, muzykami, aktorami, szczególnie teatralnymi (nie serialowymi). Przy okazji

tych rozmów zapowiadano koncerty, spektakle, wieczory autorskie czy wieczory poetyckie. Artyści występujący na scenie w programie prezentowali poezję śpiewaną, utwory jazzowe, muzykę klasyczną, filmową. Nie było muzyki pop. Nie było też kuchni w programie. Gościom poświęcało się dużo czasu. Wywiady trwały od 4 do 9, minut, a od roku 2008 – do 4 minut. Taki obraz codzienności utrzymuje się jeszcze w 2001 roku. Schymalla o *Kawie czy herbacie?* z lat 90. mówi tak:

Kawę... oglądało ponad dwa miliony Widzów. W telewizyjnym studiu na Woronicza powstał salon kultury. Występowali u nas najwybitniejsi artyści słowa i muzyki: Ewa Bem, Urszula Dudziak, Katarzyna Geartner, Edyta Geppert, Kora Jackowska, Beata Kozidrak, Ewa Małas-Godlewska, Maryla Rodowicz, Irena Santor [...], Grzegorz Ciechowski, Krzysztof Cugowski, Krzesimir Dębski, Leszek Długosz, Przemysław Gintrowski, Zbigniew Hołdys [...]. Nagrywałam rozmowy z Robertem Benignim, Andreą Bocellim, Jeanem-Michelem Jarrem, Erosem Ramazzottim...

SCHYMALLA, 2014: 29

Rok 2008 przynosi ogromną zmianę. Rzeczywistość w programie to najnowsze trendy, nowoczesna edukacja i wychowywanie dzieci, problemy w pracy, problemy ze stresem, brakiem odpoczynku, pracobolizm, sport i przełamanie stereotypu dotyczącego płci.

Choć program *Kawa czy herbata?* na przestrzeni 20 lat zachował swój pierwotny rdzeń, do którego zaliczone zostały złożona struktura, wywiady prowadzone przy stole, familiarna atmosfera oraz nazwa magazynu i atrybuty nawiązujące do niej (kubki i filiżanki), to zmieniał się obraz codzienności w programie oraz zachowanie prowadzących. Jest to dowód na to, że program reagował na zmieniającą się rzeczywistość, chcąc cały czas być blisko widza z jednej strony, z drugiej zaś – być o krok przed nim, czyli oferować mu nowe, ciekawe i zaskakujące treści. Odzwierciedlał też trendy, które pojawiały się w mediach, czyli modę na podglądanie, plotkowanie oraz dynamiczność, krótkie rozmowy i prosty, ale atrakcyjny przekaz. Zaczęło dominować to, w jaki sposób o czymś się mówi, a nie co się mówi.

Podsumowanie

Z analiz przeprowadzonych w tej rozprawie wyłania się językowy, medialny i dyskursywny obraz świata. „Przez językowy obraz świata rozumiem zawartą w języku interpretację rzeczywistości, którą można ująć w postaci zespołu sądów o świecie” (BARTMIŃSKI, 2006: 77). Światem widza w programie *Kawa czy herbata?* jest codzienność. Możemy o niej powiedzieć, że jest sielska, radosna, spontaniczna, ponieważ odbiorca po obejrzeniu programu ma wejść w nowy dzień w dobrym humorze. Dlatego nie podejmuje się w nim tematów trudnych, kontrowersyjnych, politycznych, właściwych dla programów popołudniowo-wieczornych. Przeciwnie, w poranku widz zostanie powitany „bardzo serdecznie” lub „bardzo gorąco”, dowie się, że „jest piękny dzień”, „miła atmosfera w studiu” i „sami wspaniali, wyjątkowi goście będą w programie”. Informacje pogodowe zawsze są dobre. Jeśli pada deszcz, to dobrze, bo jest za sucho i ziemia potrzebuje wody. Kiedy sypie śnieg, jest wspaniale, bo jest pięknie, biało i można jeździć na nartach. Gdy zaś jest słonecznie, to prezenterzy cały czas podkreślają, że równie słoneczny nastrój panuje u nich w programie.

Kuchnia to kolejne miejsce, w którym odzwierciedla się językowy obraz świata stereotypowego Polaka. To właśnie tam powstają „smaczne dania”, „gotowane z sercem”, radością i śpiewem na ustach: „addio pomidory [...]”. W kuchni obiera się „ziemniaczki”, „sałata pachnie cudownie”, „mięso wygląda wybornie”, a kucharze są nieprzeciętni, najlepsi i podziwiani niczym George Clooney. Czasami jest jak u mamy, innym razem – jak we włoskiej restauracji, tu zawsze wszystko się udaje, jest pyszne i pięknie wygląda, w tym również objawia się taktylność współczesnej telewizji (LOEWE, 2013a: 303–304). Widz odczuwa potrzebę nie tylko podglądania czy zobaczenia, ale też dotknięcia, czyli w efekcie urzeczywistnienia. Na przykład w tym, że zrealizuje obraz z porannego programu w swojej kuchni.

Magazyn reagował na zmieniającą się rzeczywistość, chcąc cały czas być blisko widza z jednej strony, z drugiej zaś być o krok przed nim, czyli oferować mu nowe, ciekawe i zaskakujące treści. W programie widoczne jest także idealizowanie życia, a nawet pewne przewidywanie i kreowanie trendów. Rozmowy

w poranku zaczynały być krótsze, ale było ich więcej, program stawał się bardziej dynamiczny, co mogło być podyktowane zmieniającym się tempem życia i chęcią dotrzymania kroku widzowi, który chce jeszcze przed wyjściem z domu otrzymać najważniejsze informacje. Warto zauważyć, że zmieniał się również strój prowadzących, kolorystyka i wystrój studia, co również odzwierciedlało zmiany stylu życia Polaków. Można w tym upatrywać także reagowania na konkurencyjne programy śniadaniowe, stąd wprowadzenie *Kawy czy herbaty?* do studia z oknem.

W centrum dyskursywnego obrazu świata w programie można osadzić kategorię podmiotu. W *Kawie czy herbacie?* jako programie telewizyjnym występuje złożona siatka relacji nadawczo-odbiorczych, którą konstytuuje instytucjonalność. Jednak na plan pierwszy wysuwa się podmiot *quasi-indywidualny*, czyli prezenterzy, którzy wchodzą w rolę i niczym aktorzy na scenie zagospodarowują ją, wypełniają i wreszcie nią zarządzają, czyli mają władzę w wymiarze symbolicznym – władzę nad uwagą widzów. Pełnią kluczową rolę w budowaniu relacji z odbiorcą. Przedstawiony w tej pracy materiał pokazuje, że robili to w rozmaity sposób, wykorzystując różne metody, techniki językowe i strategie retoryczne budowania swojej roli i wizerunku w tym programie. Wcielanie się prezenterów w rolę gospodarzy programu, którzy zapraszają nie tylko gości do studia, ale też widzów przed telewizory oraz budowanie szczególnej relacji, bo imitującej bezpośredniość z widzem sprawia, że widowisko telewizyjne nawiązuje też do spektakli interaktywnych. Oczywiście zasadniczą różnicą, i to należy mocno podkreślić, jest to, że prezenterzy w programie *Kawa czy herbata?* nie mówili tekstem scenopisu. Zgromadzony materiał niejednokrotnie pokazał, że wypowiedzi były nieprzygotowane, spontaniczne, wynikały z sytuacji powstałej w studiu. Ale podejmowana tematyka, styl wypowiedzi (potoczny) i duża perswazyjność pozwalają sądzić, że widz miał się dobrze bawić, oglądając ten program. Co więcej prezenterzy starali się przyciągnąć odbiorców, uwieść ich i utrzymać jak najdłużej przed telewizorami – najlepiej do końca programu. Widownia miała być liczna, choć zmieniająca się. W tym typie magazynu jej jednorodność/ciągłość/stałość nie jest wartością. Dlatego, niczym w teatrze, tworzyli emocje i budowali napięcia. Stąd w programie pojawiały się kontrapunkty takie jak wypowiedź ekspercka (ekonomiczna, prawna, medyczna) oraz serwisy informacyjne. W wymienionych segmentach pojawiał się styl publicystyczny, urzędowy, naukowy, czyli inny niż w pozostałych, w których dominował styl potoczny. Te nagłe zmiany stylu wprowadzane na krótko, bo maksymalnie na 7 minut, co pół godziny, to próba skupienia uwagi odbiorcy oraz oddziaływanie na wszystkie sfery. Zobrazujmy ten mechanizm: najpierw wprowadzano widza w dobry nastrój, podawano mu same dobre informacje w emocjonalnie sprzyjający/pożądany sposób, kiedy był już zrelaksowany, prezentowano „Wiadomości” lub informacje ekonomiczne np. o wahaniach giełdowych. Tuż po tych doniesieniach znowu następowały segmenty poradnikowe, wywiady, rozmowy towa-

rzyskie lub występy artystyczne na scenie. To następstwo czy naprzemiennosc stylów przypomina jeden z mechanizmów wpływu, który określany jest mianem „huśtawki emocjonalnej” (DOLIŃSKI, NAWRAT, 1994), czyli nagłe wprowadzanie odbiorcy naprzemiennie ze stanu bezrefleksyjności do napięcia i potem ponownie do bezrefleksyjności.

Najbardziej zmiennym elementem w tym widowisku telewizyjnym na tle postawy prowadzących, którzy byli zawsze (przez 20 lat) uprzejmi, uśmiechnięci, mówili etykietałnie, zapraszali gości, co kształtowało medialny obraz świat jest strój, który stawał się coraz mniej formalny, szczególnie dotyczy to pań (mini-długość, głęboki dekol, ramiączka, prześwitujące tkaniny). Zasadnicze zmiany ubioru dowodzą ewoluowania charakteru dyskursowego programu z koniecznie publicznego przez wzgląd na instytucjonalność telewizji na nieformalny dyskurs prywatny. Warto również zaznaczyć, że stosowany w programie *dress code* znacząco wpływał na kreowanie dyskursywnego obrazu świata (więcej o tym TYC: w druku).

W programie *Kawa czy herbata?* odbijają się delikatnie refleksy dyskursu społeczno-politycznego, czyli przemian społecznych, które zachodziły w Polsce w okresie dwudziestu lat. Okres transformacji, czyli początek lat 90. w programie jest to czas odmiany mówionej opracowanej, powściągliwości w komunikacji i kultury wysokiej. Później w programie odbija się dyskurs liberalny (europejski), czyli komunikacja otwarta, bezpośrednia. Kult rozwoju, technologii, aktualnych trendów, konsumpcji. Program ten emitowany był też na tle przemian w telewizji. Powstał w okresie, kiedy tworzyło się autorską, oryginalną, rodzimą telewizję, która jedynie inspirowała się produkcjami zachodnimi. W stylu i języku *Kawy czy herbaty?* z lat 90. widoczna jest elegancja, wyrafinowany żart, dbałość o język (polszczyzna mówiona opracowana), prezentacja kultury wysokiej, pogłębione rozmowy. Są to cechy, które przypominają inne produkcje takie jak: *Teleecho*, *XYZ* czy *Kabaret Starszych Panów*. Później następowała komercjalizacja przekazu, konkurencja, unifikacja, czego dowodem jest ciągle rosnąca liczba zagranicznych formatów w polskich stacjach. Zmiany te widoczne są zarówno w stylu i tematyce programu, jak i stylu osobniczym prowadzących: Pochwała, Schymalla vs Brzózka, Chylewska, ta zmiana z kolei wpłynęła na kształtowanie dyskursywnego obrazu świata. „Świat przedstawiony w mediach jest światem szczególnym” (NOWAK, TOKARSKI, 2007: 9), ponieważ jest fragmentaryczny, wyselekcjonowany i przedstawiany zarówno z perspektywy medium, czyli instytucji, jak i indywidualnego punktu widzenia, zatem ujawnia się ciągle balansowanie prezenterów między rolą przedstawiciela medium, a własnymi doświadczeniami czy opiniami. Program *Kawa czy herbata?* kształtował obraz świata, postawy, gusty. Dominującym przesłaniem, które wybrzmiewało z wypowiedzi i wynikało z postawy prezenterów tego programu było: „my tobie, widz, pomożemy, nawet jeśli sami nie będziemy potrafili, to przyprowadzimy taką osobę, która ci pomoże, doradzi, ostrzeże. Na nas możesz liczyć. Czekamy

na ciebie”. Program *Kawa czy herbata?* na przestrzeni 20 lat odzwierciedlał też trendy, które pojawiały się w mediach, czyli modę na podglądanie, plotkowanie oraz dynamiczność, krótkie rozmowy i prosty, ale atrakcyjny przekaz. W zbranym materiale da się również zaobserwować nasilający się autotematyzm, czyli częstsze zapraszanie do programu w charakterze gości, gwiazd z seriali lub gospodarzy innych programów emitowanych przez TVP, a z tym ściśle związane są działania autopromocyjne stacji. W segmentach autopromocyjnych widoczne jest zjawisko „przebitek gatunkowych” (WOJTAK, 2015: 86), czyli w wywiadzie z gospodarzem innego programu można ujawnić przebitkę zapowiedzi tegoż programu. Zgromadzony materiał dostarczył też śladów potwierdzających tezę Wiesława Godzica o tym, że telewizja wyrosła z radia. Dowodów dostarczył ten gatunek, który stworzony został po to, żeby towarzyszyć widzom podczas porannej krzątalin, czyli telewizja staje się medium towarzyszącym, tak jak radio. Iwona Barańska podaje, że *Kawę czy herbatę?* tworzone z myślą to tym, że będzie to program stanowiący swoiste „radio z obrazem” (BARAŃSKA, b.r.w.: 29). Co więcej badania pokazują, że przeciętny widz słuchająco-oglądający słucha nie więcej niż godzinę i ogląda nie więcej niż pół godziny programu śniadaniowego (METZ, 1977: 30). Warto też zaznaczyć, że formuły powitalne stosowane w programie typu: „puk, puk już szósta” również naśladują te stosowane w porankach radiowych. *Kawa czy herbata?* pokazuje, że telewizja jako medium towarzyszące realizuje się na żywo. Zatem to, co uchodzi za kwintesencję telewizji, to bycie tu i teraz z widzem. Formułą na żywo wpisała się we współuczestniczenie w życiu widza, współtowarzyszenie w ważnych wydarzeniach, czyli to, co znowu jest znakiem współczesnej telewizji, a czego dowodów można znaleźć w innych gatunkach, np. relacje z wydarzeń takich, jak: pogrzeb Jana Pawła II, ślub pary książęcej czy narodziny ich dzieci „Royal Baby” oraz wszystkie wydarzenia sportowe.

Wreszcie mam nadzieję, że rozprawa ta dowiodła, iż analiza dyskursowa jest narzędziem aplikowalnym do materiału audiowizualnego, pozwala bowiem na interpretację znaczenia różnych kodów: języka, obrazu, dźwięku z perspektywy lingwistyki dyskursu.

Skróty

- SF – *Słownik frazeologiczny PWN z Bralczykiem*. SOBOL E. Warszawa 2008.
- SOP – *Słownik ojczyzny polszczyzny*. MIODEK J., oprac. PIEKOT T., ZAŚKO-ZIELIŃSKA M. Warszawa 2005.
- STM – *Słownik terminologii medialnej*. PISAREK W. (red.). Kraków 2006.
- SWO – *Słownik wyrazów obcych*. KOPALIŃSKI W. Warszawa 2000.
- NSJP – *Nowy słownik języka polskiego*. SOBOL E. (red.). Warszawa 2002.

Aneks

Prezenterzy programu *Kawa czy herbata?* w latach 1992–2013

Kobiety	Mężczyźni
Białek Monika	Adamczyk Michał
Carlos Klaudia	Babiarz Przemysław
Chmielowska-Olech Beata	Białoszewski Tomasz
Chylewska Paulina	Brzózka Radosław
Dziewięcka Elżbieta	Chajzer Zygmunt
Kielczyk Marta	Cholewiński Jacek
Konarska Agata	Dłużyński Krzysztof
Kwiatkowska Katarzyna	Dolecki Waldemar
Lisowska Renata	Gembarowski Piotr
Luft Monika	Grass Łukasz
Matusiak Anna	Homa Paweł
Mikołajczyk Alicja	Kantereit Robert
Mołek Magdalena	Kisielewski Jerzy
Moro-Figurska Odeta	Klarenbach Adrian
Nazarewicz Katarzyna	Kotowski Krzysztof
Olszewska Magdalena	Krajewski Zbigniew
Pakosińska Katarzyna	Kurzajewski Maciej
Pawłowska Anna	Luft Krzysztof
Piechota Lidia	Łobodziański Filip
Popek Anna	Maślak Piotr
Rosiak Aleksandra	Miśtał Grzegorz
Rosłoniak Agnieszka	Mosz Tadeusz
Smaszcz Paulina	Orzech Artur
Szulim Agnieszka	Petersburski Jerzy Junior
Schymalla Iwona	Pochwała Paweł
Szabłowska Maria	Weiss Janusz
Radziszewska Iwona	Urbaniak Piotr
Resich-Modlińska Alicja	Zajac Marek
Tadla Beata	Ziemkiewicz Rafał
Trzeskalska Katarzyna	Zimoch Marcin

Wirpszo Dagmara Wolańska Agnieszka Wyszyńska Małgorzata	
---	--

Duety w programie *Kawa czy herbata?*:

Agnieszka Rosłoniak – Tomasz Białoszewski
Pawłowska Anna – Jerzy Kisielewski
Iwona Schymalla – Paweł Pochwała
Anna Popek – Marcin Zimoch
Iwona Radziszewska – Artur Orzech
Klaudia Carlos – Łukasz Grass
Odeta Moro-Figurska – Jerzy Petersburski Junior
Odeta Moro-Fogurska – Marek Zajac
Aleksandra Rosiak – Marek Zajac
Aleksandra Rosiak – Piotr Maślak
Paulina Chylewska – Robert Kantereit
Paulina Chylewska – Radosław Brzózka
Paulina Chylewska – Marek Zajac
Klaudia Carlos – Grzegorz Miśtał
Klaudia Carlos – Paweł Pochwała
Agata Konarska – Paweł Pochwała
Agata Konarska – Grzegorz Miśtał
Agnieszka Szulim – Radosław Brzózka
Agnieszka Szulim – Grzegorz Miśtał
Beata Chmielowska-Olech – Paweł Pochwała
Beata Chmielowska-Olech – Radosław Brzózka
Lidia Piechota – Radosław Brzózka
Anna Matusiak – Grzegorz Miśtał
Anna Matusiak – Radosław Brzózka
Marta Kielczyk – Grzegorz Miśtał

Bibliografia

- ANTAS J., 2013: *Semantyczność ciała. Gesty jako znaki myślenia*. Łódź.
- ANTAS J., ZAŁAZIŃSKA A., 2004: *Niewerbalne środki i strategie przekonywania stosowane w telewizyjnych debatach polityków*. W: *Sztuka perswazji. Socjologiczne, psychologiczne i lingwistyczne aspekty komunikowania perswazyjnego*. Red. R. GARPIEL, K. LESZCZYŃSKA. Kraków, s. 183–194.
- ANTOS G., 2009: „Teksty ukazują wiedzę!” O prymacie medialności w pełnym napięć obszarze pomiędzy światami tekstów i (między)kulturowymi kontrastami. W: *Lingwistyka tekstu w Polsce i w Niemczech. Pojęcia, problemy, perspektywy*. Red. Z. BILUT-HOMPLEWICZ, W. CZACHUR, M. SMYKAŁA. Wrocław, s. 279–290.
- ANUSIEWICZ J., 1994: *Lingwistyka kulturowa: zarys problematyki*. Wrocław.
- ANUSIEWICZ J., DĄBROWSKA A. (red.), 2000: *Językowy obraz świata i kultura*. Wrocław.
- ANUSIEWICZ J., DĄBROWSKA A., FLEISECHRT A., 2000: *Językowy obraz świata i kultura. Projekt koncepcji badawczej*. „Języka a Kultura”, T. 13, s. 11–44.
- ARCIMOWICZ K., 2013: *Dyskurs o płci i rodzinie w polskich telesagach: analiza seriali obyczajowych najpopularniejszych na początku XXI wieku*. Warszawa.
- ARONSON E., WILSON T.D., AKERT R.M., 1997: *Psychologia społeczna: serce i umysł*. Poznań.
- AUSTIN J.L., 1993: *Jak działać słowami*. W: TEGOŻ: *Mówienie i porozumiewanie. Rozprawy i wykłady filozoficzne*. Warszawa.
- BAJER D., 2003: *Język mediów. Specyfika komunikatu medialnego w prasie, radiu i telewizji*. W: *Studia nad językiem, informacją i komunikacją*. Red. W. KRZEMIŃSKA, P. NOWAK. Poznań, s. 41–50.
- BAŃKOWSKA E., 2003: *Z problematyki stylu*. W: *Praktyczna stylistyka nie tylko dla polonistów*. Red. E. BAŃKOWSKA i in. Warszawa, s. 50–78.
- BARAŃCZAK S., 1975: *Słowo – perswazja – kultura masowa*. „Twórczość”, nr 7, s. 44–59.
- BARAŃSKA A., 2010: *Adresat i odbiorca perswazji w dyskursie publicystycznym na przykładzie programu T. Lisa „Co z tą polską”*. W: *Styl – dyskurs – media*. Red. B. BOGOŁĘBSKA, M. WORSOWICZ. Łódź, s. 371–382.
- BARAŃSKA I., b.r.w.: „Kawa czy herbata?” *Pierwszy program śniadaniowy w polskich mediach w latach 1992–2009 r.*, niepublikowana praca magisterska.
- BARŁOWSKA M., BUDZYŃSKA-DACA A., ZAŁĘSKA M. (red.), 2010: *Ćwiczenia z retoryki*. Warszawa.

- BARTMIŃSKI J., 1998: *Tekst jako przedmiot tekstologii lingwistycznej*. W: *Tekst. Problemy teoretyczne*. Red. J. BARTMIŃSKI, B. BONIECKA. Lublin, s. 9–27.
- BARTMIŃSKI J., 1999: *Punkt widzenia, perspektywa, językowy obraz świata*. W: *Językowy obraz świata*. Red. J. BARTMIŃSKI. Lublin, s. 103–120.
- BARTMIŃSKI J., TOKARSKI R. (red.), 1998: *Profilowanie w języku i w tekście*. Lublin.
- BARTMIŃSKI J. (red.), 2001: *Styl potoczny – centrum systemu stylowego języka*. W: *Współczesny język polski*. Red. J. BARTMIŃSKI. Lublin, s. 116–134.
- BARTMIŃSKI J., 2003: *Miejsce wartości w językowym obrazie świata*. W: *Język w kręgu wartości: studia semantyczne*. Red. J. BARTMIŃSKI. Lublin, s. 59–86.
- BARTMIŃSKI J., 2004a: *Punkt widzenia, perspektywa, językowy obraz świata*. W: *Językowy obraz świata*. Red. J. BARTMIŃSKI. Lublin, s. 103–120.
- BARTMIŃSKI J., 2010: *Pojęcie językowego obrazu świata i sposoby jego operacjonalizacji*. W: *Jaka antropologia literatury jest dzisiaj możliwa?*. Red. P. CZAPLIŃSKI, A. LEGEŻYŃSKA, M. TELICKI. Poznań, s. 155–178.
- BARTMIŃSKI J., NIEBRZEGOWSKA-BARTMIŃSKA S., 2004b: *Dynamika kategorii punktu widzenia w języku, tekście i dyskursie*. W: *Punkt widzenia w języku i w kulturze*. Red. J. BARTMIŃSKI, S. NIEBRZEGOWSKA-BARTMIŃSKA, R. NYCZ. Lublin, s. 107–130.
- BARTMIŃSKI J., 2005: *Pytania o przedmiot językoznawstwa: pojęcie językowego obrazu świata i tekstu w perspektywie polonistyki integralnej*. W: *Polonistyka w przebudowie. Literaturoznawstwo – wiedza o języku – wiedza o kulturze – edukacja. Zjazd Polonistów, Kraków, 22–25 września 2004*. T. I. Red. M. CZERMIŃSKA i in. Kraków, s. 39–49.
- BARTMIŃSKI J., 2006: *Językowe podstawy obrazu świata*. Lublin.
- BARTMIŃSKI J., 2008: *Polifoniczność tekstu czy podmiotu? Podmiot w dialogu z samym sobą*. W: *Podmiot w języku i kulturze*. Red. J. BARTMIŃSKI, A. PAJDIŃSKA. Lublin, s. 161–184.
- BARTMIŃSKI J., 2009: *Językowe podstawy obrazu świata*. Wyd. 3. Lublin.
- BAUER Z., 2008: *Wywiad. Gatunek i metoda*. W: *Dziennikarstwo i świat mediów*. Red. Z. BAUER, E. CHUDZIŃSKI. Kraków, s. 333–344.
- BIELAK T., FILICIAK M., PTASZEK G. (red.), 2011: *Zmierzch telewizji? Przemiany medium. Antologia*. Warszawa.
- BILUT-HOMPLEWICZ Z., 2013: *Między wieloznacznością a uprecyzynieniem pojęcia „dyskurs”*. *Miejsce tekstu w germanistycznych ujęciach dyskursu*. „Stylistyka”, nr 22, s. 7–47.
- BILUT-HOMPLEWICZ Z., CZACHUR W., SMYKAŁA M. (red.), 2009: *Lingwistyka tekstu w Polsce i w Niemczech: pojęcia, problemy, perspektywy*. Wrocław.
- BLEICHER J.K., 2010: *Nowe telewizje, nowe programy? Formy i funkcje paratekstów w telewizji internetowej oraz treściach generowanych przez użytkownika*. W: *Pogranicza audiowizualności. Parateksty kina, telewizji i nowych mediów*. Red. A. GWÓŹDŹ. Kraków, s. 513–531.
- BLOCH J., 2014: *Błędy w segmentowaniu tekstu jako przyczyna zakłóceń komunikacyjnych*. „Studia Medioznawcze”, nr 2, s. 169–184.
- BOGUNIA-BOROWSKA M. (red.), 2009: *Telewizja śniadaniowa, czyli codzienność z telewizją na żywo*. W: *Barwy codzienności. Analiza socjologiczna*. Warszawa, s. 253–274.
- BOGUSŁAWSKI A., 1983: *Słowo o zdaniu i o tekście*. W: *Tekst i zdanie. Zbiór studiów*. Red. T. DOBRZYŃSKA, E. JANUS. Wrocław, s. 7–31.

- BON LE G., 2012: *Psychologia tłumy. Studium powszechnego umysłu*. Gliwice.
- BONIECKA B., 1998: *Tekst potoczny a dyskurs*. W: *Tekst. Problemy teoretyczne*. Red. J. BARTMIŃSKI, B. BONIECKA. Lublin, s. 45–63.
- BONIECKA B., 2014: *Językowe świadectwa zażyłości i familiarności na antenie radiowej i telewizyjnej*. W: *Język w mediach. Antologia*. Wyd. 2. Red. M. KITA, I. LOEWE. Katowice, s. 141–155.
- BONIECKA B., PAJDZIŃSKA A., 1980: *Polilog. Próba definicji*. W: *Język – Teoria – Dydaktyka. Materiały IV Konferencji Młodych Językoznawców – Dydaktyków*. Red. J. TOKARSKI. Kielce, s. 55–66.
- BOREK H., 1998: *Co możemy wiedzieć o języku osobniczym?*. W: *Język osobniczy jako przedmiot badań lingwistycznych*. Red. J. BRZEZIŃSKI. Zielona Góra, s. 15–21.
- BRALCZYK J., 2004: *Język na sprzedaż*. Wyd. 2. Gdańsk.
- BRALCZYK J., MAJAKOWSKA G., 2000: *Język mediów – perspektywa aksjologiczna*. W: *Język w mediach masowych*. Red. J. BRALCZYK, K. MOSIOŁEK-KŁOSIŃSKA. Warszawa, s. 43–50.
- BRALCZYK J., WASILEWSKI J., 2008: *Język w mediach. Medialność języka*. W: *Dziennikarstwo i świat mediów. Nowa edycja*. Red. Z. BAUER, E. CHUDZIŃSKI. Kraków, s. 379–401.
- BRZOZA K., 2015: *Medialne obrazowanie świata, czyli refleksje na temat prezentacji informacji przez wybrane polskie mass media*. W: *Współczesne media. Medialny obraz świata. Studium przypadku*. T. 2. Red. I. HOFMAN, D. KĘPA-FIGURA. Lublin, s. 9–32.
- BUGAJSKI M., WOJCIECHOWSKA A., 2000: *Językowy obraz świata a literatura*. „Język a Kultura”, T. 13, s. 153–159.
- BURZYŃSKA A., MARKOWSKI M.P., 2007: *Teorie literatury XX wieku. Podręcznik*. Kraków.
- CASSETTI F., ODIN R., 1994: *Od paleo- do neo-telewizji w perspektywie semiopraktycznej*. W: A. GWÓŹDŹ: *Po kinie? Audiowizualność w epoce przekazników elektronicznych*. Kraków, s. 117–135.
- CHALDINI R., 2011: *Wywieranie wpływu na ludzi*. Gdańsk.
- CHUDZIŃSKI E. (red.): *Słownik wiedzy o mediach*. Warszawa–Bielsko-Biała.
- COCKIEWICZ W., 1994: *Język w telewizji polskiej jako przykład opracowanej odmiany polszczyzny mówionej*. W: *Współczesna polszczyzna mówiona w odmianie opracowanej (oficjalnej)*. Red. Z. KURZOWA, W. ŚLIWIŃSKI. Kraków, s. 187–196.
- CROTEAU D., HOYNES W., 2003: *Media / Society, Industries, Images, and Audiences*. Thousand Oaks.
- CZACHUR W., 2011: *Dyskursywny obraz świata. Kilka refleksji*. „Tekst i Dyskurs”, nr 4, s. 79–97.
- CYBULSKI W., 1947: *Szukam kolegów na ekranie (sylwetka dziennikarza w filmie polskim)*. „Zeszyty Prasoznawcze”, R. XV, nr 2, s. 31–38.
- DĄBROWSKA-CENDROWSKA O., 2001: *Telewizja śniadaniowa. Celebryci, porady i audiotele – przynęty na kobiecą publiczność?*. „Media i społeczeństwo”, nr 1, s. 29–39.
- DĄBROWSKA-CENDROWSKA O., 2013: *Rozmawianie na ekranie – polska telewizja śniadaniowa w roli porannego towarzysza*. „Zeszyty Prasoznawcze”, T. 56, nr 4, s. 477–494.
- DĄBROWSKA-CENDROWSKA O., 2014: *Poranny towarzysz i doradca. Polskie telewizje śniadaniowe na przykładzie programów Dzień dobry TVN i Pytanie na śniadanie*. Warszawa.
- DIJK VAN T.A., 2001: *Badania nad dyskursem*. W: DIJK VAN T.A.: *Dyskurs jako struktura i proces*. Warszawa, s. 9–44.

- DIJK VAN T.A., 2003: *Dyskurs polityczny i ideologia*. „Etnolingwistyka”, nr 15, s. 7–29.
- DOBRZYŃSKA T., 1992a: *Badanie struktury tekstu – nowe źródło inspiracji stylistyki*. „Stylistyka”, T. 1.
- DOBRZYŃSKA T. (red.), 1992b: *Gatunki pierwotne i wtórne*. W: *Typy tekstów. Zbiór studiów*. Kraków, s. 75–80.
- DOHNALIK J., 1983: *Typologia programów TV*. „Przekazy i Opinie”, nr 3–4, s. 73–96.
- DOLIŃSKI D., 1998: *Psychologia reklamy*. Wrocław.
- DOLIŃSKI D., NAWRAT R., 1994: *Huśtawka emocji jako nowa technika manipulacji społecznej*. „Przegląd psychologiczny”, nr 34, s. 27–50.
- DOMINIAK Ł., 2004: *Dyskurs Michela Foucaulta. Centrum i tajemnica*. W: *Dialogi Polityczne. Polityka – Filozofia – Społeczeństwo – Prawo*. Red. Ł. DOMINIAK. Toruń, s. 44–45.
- DUSZAK A., 1998: *Tekst, dyskurs, komunikacja międzykulturowa*. Warszawa.
- DUSZAK A., FAIRCLOUGH N. (red.), 2008: *Krytyczna Analiza Dyskursu: interdyscyplinarne podejście do komunikacji społecznej*. Kraków.
- DYBALSKA R., KĘPA-FIGURA D., NOWAK P., 2004: *Przemoc w języku mediów? Analiza semantyczna i pragmatyczna audycji radiowych*. Lublin.
- DZIERŻYŃSKA-MIELCZAREK J., 2014: *Rynek telewizyjny w Polsce*. „Studia Medioznawcze”, nr 1, s. 101–114.
- EKMEN P., 2013: *Kłamstwo i jego wykrywanie w biznesie, polityce i małżeństwie*. Warszawa.
- FABIJAŃSKI P., FICEK E., 2004: *Rola publiczności w telewizyjnych rozmowach typu talk-show*. W: *Dialog a nowe media*. Red. M. KITA, J. GRZENIA. Katowice, s. 104–116.
- FILICIAK M., 2013: *Telewizja „po telewizji”*. W: TEGOŻ: *Media, wersja beta. Film i telewizja w czasach gier komputerowych i internetu*. Gdańsk, s. 185–236.
- FISKE J., 2003: *Wprowadzenie do badań nad komunikowaniem*. Wrocław.
- FOUCAULT M., 2002a: *Porządek dyskursu*. Gdańsk.
- FOUCAULT M., 2002b: *Archeologia wiedzy*. Warszawa.
- FRANCUZ P., 2002: *Rozumienie przekazu telewizyjnego. Psychologiczne badania telewizyjnych programów informacyjnych*. Lublin.
- FRANCUZ P., 2007: *Z szacunku dla telewidza badania nad komunikowaniem w Katolickim Uniwersytecie Lubelskim*. W: *Studia nad mediami i komunikowaniem masowym. Prawo. Język. Tekst*. Red. J. FRAS. Lublin, s. 211–218.
- FRANCUZ P. (red.), 1999: *Psychologiczne aspekty odbioru telewizji*. Lublin.
- FRANCUZ P. (red.), 2007: *Psychologiczne aspekty komunikacji audiowizualnej*. Lublin.
- FRAS J., 2005: *Komunikacja polityczna. Wybrane zagadnienia gatunków i języka wypowiedzi*. Wrocław.
- FURMAN W., KALISZEWSKI A., WOLNY-ZMORZYŃSKI K., 2006: *Gatunki dziennikarskie. Teoria, praktyka, język*. Warszawa.
- GAJDA J., 2003: *Media w edukacji*. Kraków.
- GAJDA S., 1998: *O pojęciu idiosylu*. W: *Język osobniczy jako przedmiot badań lingwistycznych*. Red. J. BRZEZIŃSKI. Zielona Góra, s. 23–34.
- GIELAROWSKI A., 2008: *Bycie sobą w dialogu z innymi. Tożsamość w świecie wielokulturowym*. W: *Człowiek i społeczeństwo wobec wyzwań współczesności. Aspekty kulturowe i społeczne*. Red. D. GIZICKA, W. GIZICKI. Toruń, s. 20–34.

- GIERULA M., 2012: *Odbiorca w perspektywie konwergujących się mediów masowych*. W: *Konwergencja mediów masowych i jej skutki dla współczesnego dziennikarstwa*. T. 1. Red. Z. ONISZCZUK, M. WIEŁOPOLSKA-SZYMURA. Katowice, s. 29–45.
- GŁOWIŃSKI M., 1998: *Punkt widzenia*. W: *Słownik terminów literackich*. Red. J. SŁAWIŃSKI. Wrocław, s. 456.
- GOBAN-KLAS T., 1978: *Komunikowanie masowe: zarys problematyki socjologicznej*. Kraków.
- GOBAN-KLAS T., 1996: *Metamorfozy małego ekranu, czyli agonia telewizji i narodzin multimedialności*. W: *Transformacja telewizji w Polsce. Materiały z Ogólnopolskiej Konferencji Naukowej Katowice, 8–9 grudnia 1994 roku*. Red. W. DUDEK. Katowice, s. 47–55.
- GOBAN-KLAS T., 2004: *Media i komunikowanie masowe. Teorie i analizy prasy, radia, telewizji i Internetu*. Warszawa.
- GODZIC W., 2000: *Telewizja. Ziemia jałowa czy pieszczota dla oczu*. W: *Dziennikarstwo i świat mediów*. Red. Z. BAUER, E. CHUDZIŃSKI. Kraków, s. 71–82.
- GODZIC W., 2001: *Rozumieć telewizję*. Kraków.
- GODZIC W., 2002: *Telewizja jako kultura*. Kraków.
- GODZIC W., 2008: *Telewizja dla dziennikarzy-telewizja dla widzów*. W: *Dziennikarstwo i świat mediów*. Nowa edycja. Red. Z. BAUER, E. CHUDZIŃSKI. Kraków, s. 127–144.
- GODZIC W., 2009: *Telewizja codzienności, codzienność telewizji*. W: *Barwy codzienności. Analiza socjologiczna*. Red. M. BOGUNIA-BOROWSKA. Warszawa, s. 237–252.
- GODZIC W., 2010: *Telewizja najważniejsze medium XX wieku*. W: *Media audiowizualne. Podręcznik akademicki*. Red. W. GODZIC, A. DRZAŁ-SIEROCKA. Warszawa, s. 63–103.
- GOFFMAN E., 1981: *Człowiek w teatrze życia codziennego*. Warszawa.
- GROCHOWSKI G., 2004: *Czy istnieje tekst poza gatunkiem?*. W: *Gatunki mowy i ich ewolucja*. T. 2. *Tekst a gatunek*. Red. D. OSTASZEWSKA. Katowice, s. 20–28.
- GÓRNIAK L., 2013: *Zaufanie na dobre i na złe? Czynniki wzmacniające i osłabiające zaufanie do mediów*. W: *Współczesna psychologia mediów. Nowe problemy i perspektywy badawcze*. Red. A. OGONOWSKA, G. PTASZEK. Kraków, s. 107–123.
- GRABIAS S., 2001: *Język w zachowaniach społecznych*. Lublin.
- GRABIAS S., 2014: *Media – stylowy tygiel współczesnej polszczyzny*. W: M. KITA, I. LOEWE: *Język w mediach. Antologia*. Katowice, s. 17–25.
- GRZEGORCZYKOWA R., 1991: *Problem funkcji języka i tekstu w świetle teorii aktów mowy*. „Język a Kultura”, T. 4, s. 11–28.
- GRZEGORCZYKOWA R., 1995: *Jak rozumieć kreatywny charakter języka?* W: *Kreowanie świata w tekstach*. Red. A.M. LEWICKI, R. TOKARSKI. Lublin, s. 13–24.
- GRZEGORCZYKOWA R., 1998: *Głos w dyskusji o pojęciu tekstu i dyskursu*. W: *Tekst. Problemy teoretyczne*. Red. J. BARTMIŃSKI, B. BONIECKA. Lublin, s. 37–43.
- GRZEGORCZYKOWA R., 1999: *Pojęcie językowego obrazu świata*. W: *Językowy obraz świata*. Red. J. BARTMIŃSKI. Lublin, s. 39–46.
- GRZEGORCZYKOWA R., 2011: *Wprowadzenie do semantyki językoznawczej*. Warszawa.
- GRZYMAŁA-KAZŁOWSKA A., 2004: *Socjologicznie zorientowana analiza dyskursu na tle współczesnych badań nad dyskursem*. „Kultura i Społeczeństwo”, Warszawa, nr 48 (1), s. 13–34.
- GWÓŹDŹ A., 1986: *Telewizja jako przedmiot badań historyczno-filmowych*. „Przekazy i Opinie”, nr 2, s. 73–84.

- GWÓŹDŹ A. (red.), 1990: *Dziennik telewizyjny – tekst i działanie komunikacyjne. Rekonesans*. W: *Między obrazem a narracją. Szkice z teorii telewizji*. Wrocław, s. 9–26.
- GWÓŹDŹ A., 2002: *Mała ekranologia*. W: *Wiek ekranów. Przestrzenie kultury widzenia*. Red. A. GWÓŹDŹ, P. ZAWOJSKI. Kraków, s. 13–27.
- GWÓŹDŹ A. (oprac.), 2003a: *Media, eros, przemoc. Sport w czasach popkultury*. Kraków.
- GWÓŹDŹ A., 2003b: *Obrazy i rzeczy. Film między mediami*. Kraków.
- HABERMAS J., 2000: *Filozoficzny dyskurs nowoczesności*. Kraków.
- HABRAJSKA G., 2006: *Styl a cele komunikacyjne*. W: *Style konwersacyjne*. Red. B. WITOSZ. Katowice, s. 41–49.
- HENDRYKOWSKI M., 2002: *Słowo w telewizji*. W: *Nowe media w komunikacji społecznej w XX wieku. Antologia*. Red. M. HOPFINGER. Warszawa, s. 274–283.
- HOPE E., 2004: *Public relations, czy to się sprawdzi?*. Gdańsk.
- HOWARTH D., 2008: *Dyskurs*. Warszawa.
- JABŁOŃSKA B., 2006: *Krytyczna analiza dyskursu: refleksje teoretyczno-metodologiczne*. „Przegląd Socjologii Jakościowej”, Łódź, T. 2, nr 1, s. 53–67.
- JABŁOŃSKA K., 2008: *W tym szaleństwie jest metoda. Nie tylko językowe wyznaczniki spójności tekstu audiowizualnego (na podstawie talk-show „Duże dzieci” w TVP 2)*. W: *Język w mediach elektronicznych*. Red. J. PODRACKI, E. WOLAŃSKA. Warszawa, s. 77–86.
- JACHIMOWSKA K., 2005: *Tekst jako element komunikatu telewizyjnego (na materiale programów publicystycznych)*. Łódź.
- JAKUBOWICZ K., 1989: *Co wiadomo o nadawcy telewizji polskiej?*. „Przekazy i Opinie”, nr 1, s. 16–32.
- JANUS J., 2010: *Tabloidyzacja języka informacji telewizyjnej*. W: *Oblicza komunikacji*. T. 3: *Tabloidyzacja języka i kultury*. Red. I. KAMIŃSKA-SZMAJ, T. PIEKOT, M. POPRAWA. Wrocław, s. 161–175.
- JUPOWICZ-GINALSKA A., 2010: *Syndrom wirującego bąka, czyli rzecz o autopromocji medialnej*. „Studia Medioznawcze”, nr 3, s. 37–51.
- KALAGA W., 2001: *Mgławice dyskursu. Podmiot, tekst, interpretacja*. Kraków.
- KAMIŃSKA-RADOMSKA I., 2012: *Kultura biznesu. Normy i formy*. Warszawa.
- KAMIŃSKA-RADOMSKA I., 2016: *Moda jako przemijający element dresscode’u w autoprezentacji*. W: *Dyskurs autopromocyjny dawniej i dziś*. T. 2. Red. A. KALISZ, E. TYC. Katowice, s. 43–52.
- KAMIŃSKA-SZMAJ I., 2001: *Słowa na wolności. Język polityki po 1989 roku. Wypowiedzi, dowcip polityczny, słownik inwektyw*. Wrocław.
- KAMIŃSKA-SZMAJ I., 2007: *Agresja językowa w życiu publicznym. Leksykon inwektyw politycznych 1918–2000*. Wrocław.
- KAPUŚCIŃSKI G., 2011: *Metafora przestrzeni w komunikowaniu. Koncepcja semiosfery*. „Studia Medioznawcze”, nr 1, s. 125–138.
- KASZEWSKI K., 2006: *Język dyskusji radiowej. Analiza wypowiedzi słuchaczy w Programie III Polskiego Radia*. Warszawa.
- KIM R., LIS E., 2014: *Sprzedawcy emocji*. „Newsweek”, nr 47/2014, s. 26–31.
- KISIELEWSKA A., 1999: *Oralność telewizji*. W: *Słowo w kulturze mediów*. Red. Z. SUSZCZYŃSKI. Białystok, s. 125–132.

- KISIELEWSKA A., 2001: *Język telewizji – kanon nowej komunikacji?*. W: *Przyszłość języka*. Red. S. KRZEMIEN-OJAK, B. NOWOWIEJSKI. Białystok, s. 147–160.
- KITA B., 1998: *Wokół telewizji. Uwagi o przestrzeni*. W: *Intermedialność w kulturze końca XX wieku*. Red. A. GWÓŹDŹ, S. KRZEMIEN-OJAK. Białystok, s. 283–293.
- KITA M., 1993: *Perswazyjne użycie języka potocznego w kontekście ogólnym*. W: *Z problemów współczesnego języka polskiego*. Red. A. WILKOŃ, J. WARCHAŁA. Katowice, s. 33–41.
- KITA M., 1998: *Repetytywność w wywiadzie prasowym*. W: J. BARTMIŃSKI, B. BONIECKA: *Tekst: analizy i interpretacje*. Lublin, s. 233–242.
- KITA M., 2003: *Kobiety punkt widzenia we współczesnej kobiecej literaturze erotycznej*. W: „*Język Artystyczny*”. Red. B. WITOSZ. T. 12, s. 45–68.
- KITA M., 2004: *Czy można nie manipulować? O audiowizualnej retoryce w dyskursie publicznym*. W: *Manipulacja w języku*. Red. P. KRZYŻANOWSKI, P. NOWAK. Lublin, s. 199–210.
- KITA M., 2004: *Medialna moda na dialog*. W: *Dialog a nowe media*. Red. M. KITA, J. GRZENIA. Katowice, s. 171–188.
- KITA M., 2010: *Język w mediach w kontekście kultury indywidualizmu*. W: *Styl – dyskurs – media*. Red. B. BOGOŁĘBSKA, M. WORSOWICZ. Łódź, s. 93–104.
- KITA M., 2014: *Słowa magnesy. O (nie)przewidywalnym efekcie skupiania uwagi odbiorcy na słowie w dyskursie publicznym (medialnym)*. W: *Słowo we współczesnych dyskursach*. Red. K. JACHIMOWSKA, B. KUDRA, E. SZKUDLAREK-ŚMIECHOWICZ. Łódź, s. 13–22.
- KLEMENSIEWICZ Z., 1946: *Jak charakteryzować język osobniczy*. „*Zagadnienia Literackie*”, nr 2, s. 43–53.
- KLEMENSIEWICZ Z., 1967: *Jak scharakteryzować język osobniczy?*. W: *Problemy teorii literatury*. Red. H. MARKIEWICZ. Wrocław–Warszawa–Kraków, s. 360–371.
- KOCHAN M., 2005: *Pojedynynek na słowa. Techniki erystyczne w publicznych sporach*. Kraków.
- KOCHMAŃSKA W., 2012: *O języku programu telewizyjnego dla młodzieży (na przykładzie „Roweru Błażeja”)*. Rzeszów.
- KOROLKO M., 1998: *Pojęcie perswazji*. W: TEGOŻ: *Sztuka retoryki. Przewodnik encyklopedyczny*. Warszawa.
- KOSTELECKA A., 2010: „Nowa” telewizja śniadaniowa – charakterystyka gatunku i odbiorcy. „*Forum Myśli Wolnej*”, nr 44/45, s. 30–37.
- KOZIELSKI M., 2012: *Lokowanie na śniadanie*. „*Press*”, nr 12, s. 48–50.
- KRÓLIK G., 2012: *Autoprezentacja, czyli jak się sprzedać pracodawcy*. Katowice.
- KRUPSKA-PEREK A., 2002: *Status komunikacyjny dialogowych programów telewizyjnych (Czy telewizyjny program dialogowy „na żywo” jest tekstem?)*. W: *Tekst w mediach*. Red. K. MICHALEWSKI. Łódź, s. 493–499.
- KUKIEŁA E., 2010: *O kulturze wypowiedzi w mediach*. W: *O mediach i komunikacji. Skrypt dla studentów dziennikarstwa i komunikacji społecznej*. Red. E. PLESZKUN-OLEJNICZAKOWA, J. BACHURA, M. WORSOWICZ. Łódź, s. 305–318.
- KURZOWA Z., SZPICZAKOWSKA M., 1985: *W poszukiwaniu przedmiotu, celów i metod badawczych*. W: *Badania nad językiem telewizji polskiej. Studia metodologiczne i opisowe*. Red. Z. KURZOWA. Warszawa, s. 11–24.

- KURZOWA Z. (red.), 1989: *Właściwości składniowo-stylistyczne języka telewizji polskiej. Na materiale list frekwencyjnych*. Kraków.
- KURZOWA Z., ŚLIWIŃSKI W. (red.), 1994: *Współczesna polszczyzna mówiona w odmianie opracowanej (oficjalnej)*, rozdział IV. Kraków, s. 187–252.
- LABOCHA J., 1996: *Tekst, wypowiedź, dyskurs*. W: *Styl a tekst. Materiały międzynarodowej konferencji naukowej, Opole 26–28.09.1995 r.* Red. S. GAJDA, M. BAŁOWSKI. Opole, s. 49–55.
- LABOCHA J., 2008: *Tekst, wypowiedź, dyskurs w procesie komunikacji językowej*. Kraków.
- LACLAU E., MOUFFE Ch., 2007: *Hegemonia i socjalistyczna strategia. Przyczynek do projektu radykalnej polityki demokratycznej*. Wrocław.
- LALEWICZ J., 2002: *Telewizja i kształt potocznego świata*. W: *Nowe media w komunikacji społecznej w XX wieku. Antologia*. Red. M. HOPFINGER. Warszawa, s. 264–273.
- LEARY M., 2015: *Wywieranie wrażenia na innych. O sztuce autoprezentacji*. Gdańsk.
- LIGARA B., 1994: *Rytuał zachowania językowego w rozpoczynaniu programów telewizyjnych*. W: *Współczesna polszczyzna mówiona w odmianie opracowanej (oficjalnej)*. Red. Z. KURZOWA, W. ŚLIWIŃSKI. Kraków, s. 221–230.
- LIGARA B., RUSOWICZ A., 1979: *Dialog telewizyjny. Próba typologii*. „Zeszyty Prasoznawcze”, nr 3, s. 21–48.
- LOEWE I., 2003: *O niesamodzielności tekstów w mediach. Program telewizyjny i jego paratekst*. W: *Media i edukacja w globalizującym się świecie. Teoria, praktyka, oddziaływanie*. Red. M. SOKOŁOWSKI. Olsztyn, s. 570–578.
- LOEWE I., 2004: *O dialogu z widzem w polskiej neotelewizji publicznej. Paratekst jako składnik strumienia telewizyjnego*. W: *Dialog a nowe media*. Red. M. KITA, J. GRZENIA. Katowice, s. 85–103.
- LOEWE I., 2006: „*Nasza akcja, Wasza reakcja!*” *Style konwersacyjne w nowej rzeczywistości medialnej*. W: *Style konwersacyjne*. Red. B. WITOSZ. Katowice, s. 144–150.
- LOEWE I., 2007: *Gatunki paratekstowe w komunikacji medialnej*. Katowice.
- LOEWE I., 2010: *Neomedia jako przestrzeń aktywności publiczno-prywatnej*. W: *Styl-dyskurs-media*. Red. B. BOGOŁĘBSKA, M. WORSOWICZ. Łódź, s. 397–406.
- LOEWE I., 2011: *Globalny gatunek w lokalnej odsłonie. Teleecho Ireny Dziedzic*. W: *Gatunki mowy i ich ewolucja. T. 4: Gatunek a komunikacja społeczna*. Red. D. OSTASZEWSKA, J. PRZYKLENK. Katowice, s. 231–240.
- LOEWE I., 2012a: *Gatunki globalne w polskiej telewizji. Rekonesans*. „Język a Kultura”, T. 23, s. 191–198.
- LOEWE I., 2012b: *Gatunki perswazyjne w komunikacji społecznej*. „Roczniki Humanistyczne”, T. LX, z. 6, s. 169–179.
- LOEWE I., 2012c: *Stażność i zmienność języka w polskiej telewizji w kontekście konwergencji*. W: *Konwergencja mediów masowych i jej skutki dla współczesnego dziennikarstwa. T. 1*. Red. Z. ONISZCZUK, M. WIEŁOPOLSKA-SZYMURA. Katowice, s. 337–349.
- LOEWE I., 2013a: *Dyskurs telewizyjny*. W: *Style współczesnej polszczyzny. Przewodnik po stylistyce polskiej*. Red. E. MALINOWSKA, J. NOCOŃ, U. ŻYDEK-BEDNARCZUK. Kraków, s. 289–311.
- LOEWE I., 2013b: *Między determinacją a wyborem w dyskursie telewizyjnym, czyli od TVP Kultura do TVN Style*. „Stylistyka” XXII, s. 251–266.

- LOEWE I., 2013c: *Twarze polskiej telewizji dawniej i dziś*. W: *Transdyscyplinarność badań nad komunikacją medialną*. T. 3: *Tożsamość dziennikarza*. Red. M. KITA, M. ŚLAWSKA. Katowice, s. 145–158.
- LOEWE I., 2014: *Sport w mediasferze z perspektywy lingwisty*. „Postscriptum Polonistyczne”, nr 2, s. 71–91.
- LOEWE I., 2016: *Autoprezentacja i autopromocja w kilku historycznych odsłonach*. W: *Dyskurs autopromocyjny dawniej i dziś*. T. 2. Red. A. KALISZ, E. TYC. Katowice, s. 23–30.
- LUBAŚ W., 2000: *Słownictwo potoczne w mediach*. W: *Język w mediach masowych*. Red. J. BRALCZYK, K. MOSIOŁEK-KŁOSIŃSKA. Warszawa, s. 83–95.
- LUBAŚ W., 2003: *Polskie gadanie. Podstawowe cechy i funkcje potocznej odmiany polszczyzny*. Opole.
- LUBAŚ W. (red.), 1981: *Problemy badawcze języka radia i telewizji*. Katowice.
- ŁAWECKA M., 2015: *Styl osobniczy czy kreacja medialna? – o wypowiedziach Kuby Wojewódzkiego*. W: *Dyskurs autopromocyjny i jego współczesne odsłony*. T. 1. Red. A. KALISZ, I. LOEWE, E. TYC. Katowice, s. 79–94.
- ŁĄCZYŃSKI M., 2009: *Jak analizować wizerunek*. W: *Metody badania wizerunku w mediach*. Red. T. GACKOWSKI, M. ŁĄCZYŃSKI. Warszawa, s. 79–104.
- MAJER-BARANOWSKA U., 2005: *Podmiot w języku czy język w podmiocie?*. W: *Polonistyka w przebudowie. Literaturoznawstwo – wiedza o języku – wiedza o kulturze – edukacja. Zjazd Polonistów, Kraków, 22–25 września 2004*. T. 1. Red. M. CZERMIŃSKA i in. Kraków, s. 253–266.
- MALISZEWSKI B., 2007: *Felietonowość relacji dziennikarskich – przejawy funkcji atraktywnej w „Faktach” TVN*. W: *Humor i karnawalizacja we współczesnej komunikacji językowej*. Red. J. MAZUR, M. RUMIŃSKA. Lublin, s. 69–81.
- MAŁYSKA A., 2006: *Strategie komunikacyjne a wybory stylowe we współczesnych mediach*. W: *Style konwersacyjne*. Red. B. WITOSZ. Katowice, s. 161–169.
- MAŃCZYK A., 1982: *Wspólnota językowa i jej obraz świata. Krytyczne uwagi do teorii językowej Leo Weisgerbera*. Zielona Góra.
- MARKOWSKI A., 2004: *Praktyczny poradnik językowy*. Warszawa.
- MARKOWSKI A., 2012: *Kultura języka polskiego. Teoria. Zagadnienia leksykalne*. Warszawa.
- McLUHAN M., 1975: *Wybór pism*. Wyboru dokonał J. FUKSIEWICZ. Warszawa.
- METZ R., 1977: *The today show*. „Playboy Press”, s. 30.
- MICHALEWSKI K., 2004: *Telewizyjna manipulacja zespolona*. W: *Manipulacja w języku*. Red. P. KRZYŻANOWSKI, P. NOWAK. Lublin, s. 187–198.
- MICHALCZYK S., 2010a: *Demokracja medialna. Teoretyczna analiza problemu*. Toruń.
- MICHALCZYK S., 2010b: *Publiczność medialna i jej współczesne wymiary*. W: *Współczesne media. Wolne media?*. T. 2. Red. I. HOFMAN, D. KĘPNA-FIGURA. Lublin, s. 73–86.
- MICHALCZYK S., 2013: *Dziennikarstwo i media jako instytucje. Teoretyczna analiza problemu*. W: *Transdyscyplinarność badań nad komunikacją medialną. Tożsamość dziennikarza*. T. 3. Red. M. KITA, M. ŚLAWSKA. Katowice, s. 25–43.
- MICZKA E., 2002: *Kognitywne struktury sytuacyjne i informacyjne w interpretacji dyskursu*. Katowice.
- MICZKA T., 2002: *O zmianie zachowań komunikacyjnych. Konsumenci w nowych sytuacjach audiowizualnych*. Katowice.

- MIKUŁOWSKI-POMORSKI J., 2007a: *Fragmentaryzacja w mediach: proces i narzędzia*. W: *Studia nad mediami i komunikowaniem masowym*. Prawo – język – tekst. Red. J. FRAS. Toruń, s. 28–45.
- MIKUŁOWSKI-POMORSKI J., 2007b: *Jak narody porozumiewają się ze sobą w komunikacji międzykulturowej i komunikowaniu medialnym*. Kraków.
- MIKUŁOWSKI-POMORSKI J., 2008: *Zmieniający się świat mediów*. Kraków.
- MIODUNKA W., ROPA A., 1979: *Z zagadnień socjolingwistycznego opisu sytuacji. Na przykładzie sytuacji telewizyjnych*. „Socjolingwistyka”, nr 2. Warszawa–Kraków–Katowice, s. 63–75.
- MROCZKOWSKA D., 2004: *Ludyczność czasu wolnego – opinie, oceny, refleksje na temat współczesnego wypoczynku, zabaw i rozrywek*. W: *Karnawalizacja. Tendencje ludyczne w kulturze współczesnej*. Red. J. GRAD, H. MAMZER. Poznań, s. 125–136.
- MROZOWSKI M., 1989: *Obrazy kobiet i mężczyzn w Telewizji Polskiej*. „Przekazy i Opinie”, nr 1, s. 106–136.
- MROZOWSKI M., 1991: *Między manipulacją a poznaniem. Człowiek w świecie MASS MEDIÓW*. Warszawa.
- MROZOWSKI M., 2001a: *Nadawcy: warunki i zasady działania*. W: *TĘGOŹ: Media masowe władza, rozrywka i biznes*. Warszawa, s. 225–270.
- MROZOWSKI M., 2001b: *Odbiorcy: rozumienie i wpływ mediów*. W: *TĘGOŹ: Media masowe władza, rozrywka i biznes*. Warszawa, s. 225–270.
- MROZOWSKI M., 2009: *Telewizyjne programy informacyjne – polskie i zagraniczne (analiza porównawcza)*. „Studia Medioznawcze”, nr 3, s. 27–49.
- MROZOWSKI M., 2010: *Spectator in spectaculum. Ukryte osobowości programów telewizyjnych TVP1, TVP2, TVN, Polsat*. „Studia Medioznawcze”, nr 1, s. 20–40.
- NIEZGODA M., 2000: *Rzeczywistość społeczna czy rzeczywistość telewizyjna*. W: *Radio i telewizja: informacja, kultura, polityka. Materiały Ogólnopolskiej Konferencji Naukowej, Katowice, 19–20 listopada 1998 roku*. Red. W. DUDEK. Katowice, s. 92–98.
- NIKOLAJEWIC W., 2011: *Dziennikarstwo w świetle komunikacji interaktywnej: historia i stan obecny*. „Studia Medioznawcze”, nr 3, s. 105–114.
- NOWAK P., TOKARSKI R., 2007: *Medialna wizja świata a kreatywność językowa*. W: *Kreowanie światów w języku mediów*. Red. P. NOWAK, R. TOKARSKI. Lublin, s. 9–35.
- NOWAKOWSKI P.T., 2002: *Fast food dla mózgu czyli telewizja i okolice*. Tychy.
- NYCZ R., 2002: *Literatura nowoczesna: cztery dyskursy*. „Teksty Drugie”, nr 4, s. 35–46.
- OGONOWSKA A., 2004: *Galaktyka po Gutenbergu...? Reportaż z podróży kulturowych*. Kraków.
- OGONOWSKA A., 2006: *Voyeuryzm telewizyjny. Między ontologią telewizji a rzeczywistością telewidza*. Kraków.
- OGONOWSKA A., 2007: *Telewizja*. W: *Słownik wiedzy o mediach*. Red. E. CHUDZIŃSKI. Bielsko-Biała, s. 173–195.
- OGONOWSKA A., 2010: *Twórcze metafory medialne. Baudrillard – McLuhan – Goffman*. Kraków.
- OGONOWSKA A., 2013: *Współczesna edukacja medialna: teoria i rzeczywistość*. Kraków.
- ONISZCZUK Z., 2011: *Mediatyzacja polityki i polityzacja mediów. Dwa wymiary wzajemnej relacji*. „Studia Medioznawcze”, nr 4, s. 11–22.
- ONG W.J., 2001: *Oralność i piśmienność. Słowo poddane technologii*. Warszawa.

- OPIŁOWSKI R., JAROSZ J., STANIEWSKI P. (red.), 2015: *Lingwistyka mediów. Antologia tłumaczeń*. Wrocław–Dresden.
- OSADNIK W., 1994: *Uwagi na temat narracji werbalnej, filmowej i telewizyjnej*. W: *Prędkość i przyjemność. Kino i telewizja w dobie symulacji elektronicznej*. Red. A. GWÓŹDŹ. Kielce, s. 185–194.
- OŹDŻYŃSKI J., 1994: *Kontekst wizualny reporterskiej wypowiedzi unaoczniającej w radiu i telewizji*. W: *Współczesna polszczyzna mówiona w odmianie opracowanej (oficjalnej)*. Red. Z. KURZOWA, W. ŚLIWIŃSKI. Kraków, s. 231–241.
- PALCZEWSKI M., 2011: *Koncepcja framingu i jej zastosowanie w badaniach newsów w „Wiadomościach” TVP i „Faktach” TVN*. „Studia Medioznawcze”, nr 1, s. 31–44.
- PAŁUCKA-CZERNAK I.: *Dystans jako kategoria komunikatywna w zachowaniu językowym – próba klasyfikacji*. W: *Gatunki mowy i ich ewolucja. T. 2: Tekst a gatunek*. Red. D. OSTASZEWSKA. Katowice, s. 439–448.
- PIECHOTA M., 2012: *Telewizja a rozrywka*. W: *Rozrywka w mediach i komunikacji społecznej. Wybrane zagadnienia*. Red. M. PIECHOTA, G. STACHYRA, P. NOWAK. Lublin, s. 121–190.
- PIEKOT T., 2004: *Prywatny i publiczny punkt widzenia w dyskursie wiadomości dziennikarskich*. W: *Punkt widzenia w języku i w kulturze*. Red. J. BARTMIŃSKI, S. NIEBRZEGOWSKA-BARTMIŃSKA, R. NYCZ. Lublin.
- PIEKOT T., 2006: *Dyskurs polskich wiadomości prasowych*. Kraków.
- PIOTROWSKI W., 1993: *Horyzonty światopoglądowe „Rękopisu znalezione w Saragossie” Jana Potockiego*. Słupsk.
- PISAREK W., 1974: *Typologia programów TV*. „Zeszyty Prasoznawcze”, nr 1, s. 22–32.
- PISAREK W., 2001: *Język w mediach, media w języku*. W: *Język w mediach masowych*. Red. J. BRALCZYK, K. MOSIOŁEK-KŁOSIŃSKA. Warszawa, s. 9–18.
- PODRACKI J., 2000: *Potoczne elementy językowe w polszczyźnie radia i telewizji*. W: *Język w mediach masowych*. Red. J. BRALCZYK, K. MOSIOŁEK-KŁOSIŃSKA. Warszawa, s. 135–142.
- PODRACKI J., WALCZAK G., 1975: *Język w radiu i telewizji*. „Poradnik językowy”, z. 6, s. 310–317.
- POPADIAK-KULIGOWSKA T., 2013: *Wskaźniki skuteczności telewizyjnego przekazu reklamowego*. W: *Współczesna psychologia mediów. Nowe problemy i perspektywy badawcze*. Red. A. OGONOWSKA, G. PTASZEK. Kraków, s. 141–161.
- POPRAWA M., 2006: *Zakłócenia konwersacyjne w telewizyjnych dyskusjach polityków*. W: *Style konwersacyjne*. Red. B. WITOSZ. Katowice, s. 151–160.
- POSTMAN N., 2002: *Zabawić się na śmierć: dyskurs publiczny w epoce show-businessu*. Warszawa.
- PTASZEK G., 2015: *Jak badać medialny obraz świata?*. W: *Współczesne media. Medialny obraz świata. T. 1. Zagadnienia teoretyczne*. Red. I. HOFMAN, D. KĘPA-FIGURA. Lublin, s. 13–24.
- PUZYNINA J., 2005: *Wartości, etyka, sacrum w języku*. W: *Polonistyka w przebudowie. Literaturoznawstwo – wiedza o języku – wiedza o kulturze – edukacja. Zjazd Polonistów, Kraków, 22–25 września 2004. T. 2*. Red. M. CZERMIŃSKA i in. Kraków, s. 339–347.
- PUZYNINA J., 1992: *Język wartości*. Warszawa.

- RICOEUR P., 1989: *Język, tekst, interpretacja*. Warszawa.
- ROPA A., RUSOWICZ A., 1979: *Rola cech prozodycznych w segmentacji tekstu mówionego*. W: *Badania nad językiem Telewizji Polskiej. Studia metodologiczne i opisowe*. Red. Z. KURZOWA. Warszawa, s. 25–37.
- ROTHENBUHLER E.W., 2003: *Komunikacja rytualna. Od rozmowy codziennej do ceremonii medialnej*. Kraków.
- RUSINEK M., ZAŁAŻIŃSKA A., 2005: *Retoryka podręczna, czyli jak wnikliwie słuchać i przekonująco mówić*. Kraków.
- RUTKOWSKA E., 2012: *Gadać do zielonego*. „Press”, nr 8, s. 29–31.
- RYBA J., 1993: *Motywy podróżnicze w twórczości Jana Potockiego*. Wrocław–Warszawa–Kraków.
- SANAKIEWICZ M., 2013: *Poetyka telewizyjnych programów porannych, między informacją, tabloidem i autopromocją*. Warszawa.
- SCHYMALLA I., 2014: *Zawód spikerka. Wspomnienia o programie „Kawa czy herbata?” i Studiu Papieskim*. Poznań.
- SEARLE J.R., 1987: *Czynności mowy. Rozważania z filozofii języka*. Warszawa.
- SIEMES A., 2012: *Koncepcja stylów życia i obserwacja komunikacji – lifestyle’owe kody komunikacyjne*. „Język a Kultura”, T. 23, s. 273–286.
- SITKOWSKA K., 2013: *Słowo w komunikacji telewizyjnej. Strategie nadawczo-odbiorcze*. Łódź.
- SKORUS J., 2013: *Media worker jako nowa postać dziennikarza informacyjnego*. W: *Transdyscyplinarność badań nad komunikacją medialną. Tożsamość dziennikarza*. Red. M. KITA, M. ŚLAWSKA. Katowice, T. 3, s. 58–70.
- SKOWRONEK B., 2013: *Mediolingwistyka. Wprowadzenie*. Kraków.
- SKOWRONEK B., 2014: *Mediolingwistyka. Teoria. Metodologia. Idea*. „Postscriptum Polonistyczne”, nr 2, s. 15–27.
- SOBCZAK B., 2006: *Wywiad telewizyjny na żywo. Charakterystyka gatunku*. Poznań.
- SOSNOWSKA N., 2006: *Wypowiedzenia in statu nascendi w oficjalnym języku mówionym*. „Poznańskie Spotkania Językoznawcze” T. XV. Red. Z. KRĄŻYŃSKA, Z. ZAGÓRSKI. Poznań, s. 117–128.
- SZKUDLAREK-ŚMIECHOWICZ E., 2006: *Wyrażanie emocji w telewizyjnych komentarzach sportowych*. W: *Wyrażanie emocji*. Red. K. MICHALEWSKI. Łódź, s. 353–366.
- SZKUDLAREK-ŚMIECHOWICZ E., 2007: *Organizacja i spójność dyskursu w programach telewizyjnych z udziałem widzów*. W: *Kontinuitné a diskontinuitné otázky jazykovej komunikácie*. Red. P. ODALOŠ. Bańska Bystrzyca, s. 324–331.
- SZKUDLAREK-ŚMIECHOWICZ E., 2010: *Tekst w radiowej i telewizyjnej debacie politycznej*. Łódź.
- SZKUDLAREK-ŚMIECHOWICZ E., 2011: *Moduły makrosytuacyjne w radiowej i telewizyjnej debacie publicznej*. W: *Gatunki mowy i ich ewolucja*. T. 4: *Gatunek a komunikacja społeczna*. Red. D. OSTASZEWSKA, J. PRZYKLENK. Katowice, s. 383–396.
- SZKUDLAREK-ŚMIECHOWICZ E., 2015: *Magazyn telewizyjny jako gatunek w formie kolekcji*. W: *Gatunki mowy i ich ewolucja*. T. 5: *Gatunek a granice*. Red. D. OSTASZEWSKA, J. PRZYKLENK. Katowice, s. 393–402.

- SZYŁKO-KWAS J., 2012: *Telewizja śniadaniowa w Polsce, czyli ile można zmieścić w jednym programie telewizyjnym*. W: *Współczesne media. Kryzys w mediach*. T. 2. Red. I. HOFMAN, D. KĘPA-FIGURA. Lublin, s. 207–223.
- STASZEWSKA J., SIEKIERA R., 2010: *Autoprezentacja w komunikacji interpersonalnej*. W: *O mediach i komunikacji. Skrypt dla studentów dziennikarstwa i komunikacji społecznej*. Red. E. PLESZUN-OLEJNICZAK, J. BACHUR, M. WORSOWICZ. Łódź, s. 69–83.
- TABAKOWSKA E., 2001: *Działanie za pomocą słów: pragmatyka*. W: *Kognitywne podstawy języka i językoznawstwa*. Red. E. TABAKOWSKA. Kraków, s. 203–241.
- TABAKOWSKA E., 2004: *O językowych wyznacznikach punktu widzenia*. W: *Punkt widzenia w języku i w kulturze*. Red. J. BARTMIŃSKI, S. NIEBRZEGOWSKA-BARTMIŃSKA, R. NYCZ. Lublin, s. 47–65.
- TETELOWSKA I., 1965: *Próba określania przedmiotu nauki o środkach masowego przekazu informacji*. „Zeszyty Prasoznawcze”, nr 1 (23), Kraków, s. 3–16.
- TOKARZ M., 2006: *Argumentacja, perswazja, manipulacja. Wykłady z teorii komunikacji*. Gdańsk.
- TROUT J., RIVKIN S., 2000: *Differentiate or Die: Survival in Our Era of Killer Competition*. Hoboken, New Jersey.
- TYC E., 2014: *Językowe wyznaczniki politycznego „uśmiechu”*. W: *Bogactwo współczesnej polszczyzny*. Red. P. ŻMIGRODZKI, S. PRZĘCZEK-KISIELAK. Kraków, s. 201–207.
- TYC E., 2016: *Wizerunek kobiety i mężczyzny w polskiej piosence, czyli stereotyp płci w obliczu globalizacji*. W: A. KALISZ, E. TYC: *Dyskurs autopromocyjny dawniej i dziś*, T. 2., Katowice.
- TYC E., w druku: *Prezenterzy magazynu śniadaniowego „Kawa czy herbata?” w kontekście autoprezentacji*. W: *Autopromocja, autoprezentacja, wizerunek w mediach audiowizualnych*. Red. A. KALISZ, E. TYC. Katowice.
- UHMA M., 2007: *Elementy technologii telewizyjnej*. Katowice.
- URZĘDOWSKA A., 2014: *Język sukcesu w audycjach radiowych na podstawie „Poranków” Jacka Żakowskiego w radiu TOK FM*. W: *Bogactwo współczesnej polszczyzny*. Red. P. ŻMIGRODZKI, S. PRZĘCZEK-KISIELAK. Kraków, s. 233–244.
- WARCHAŁA J., 1981: *Próby typologii języka telewizji*. W: *Problemy badawcze języka radia i telewizji*. Red. W. LUBAŚ. Katowice, s. 32–39.
- WARCHAŁA J., 1991: *Dialog potoczny a tekst*. Katowice.
- WARCHAŁA J., 2004: *Horyzonty manipulacji: perswazja, manipulacja, interpretacja*. W: *Manipulacja w języku*. Red. P. KRZYŻANOWSKI, P. NOWAK. Lublin, s. 41–60.
- WARCHAŁA J., 2011: *Gatunek jak zamysł perswazyjny. Rozważania nie tylko o reklamie*. W: *Gatunki mowy i ich ewolucja*. T. 4: *Gatunek a komunikacja społeczna*. Red. D. OSTASZEWSKA, J. PRZYKLENK. Katowice, s. 75–85.
- WARCHAŁA J., FURGALSKA-SKUDRZYK A., 2007: *Potoczność – kategoria rozmyta?*. W: *Potoczność a zachowania językowe Polaków*. Red. B. BONIECKA, S. GRABIAS. Lublin, s. 21–32.
- WIEJAK K., 2001: *Determinizm technologiczny. Nowe spojrzenie na media*. W: *Nauka o komunikowaniu. Podstawowe orientacje teoretyczne*. Red. B. DOBEK-OSTROWSKA. Wrocław, s. 209–227.
- WILK E., 2000: *Nawigacje słowa. Strategie werbalne w przekazach audiowizualnych*. Kraków.

- WILKOŃ A., 2000: *Typologia odmian językowych współczesnej polszczyzny*. Katowice.
- WILKOSZEWSKA K., 1999: *Estetyki nowych mediów*. W: *Piękno w sieci. Estetyka a nowe media*. Red. K. WILKOSZEWSKA. Kraków, s. 7–28.
- WIERZBICKA A., 1999: *Akty i gatunki mowy w różnych językach i kulturach*. W: A. WIERZBICKA: *Język – umysł – kultura*. Warszawa, s. 193–227.
- WITOSZ B., 2000: *Kategorie podmiotu – w teorii i w tekście*. W: *Kategorie pragmatyczne w tekście literackim. Wstęp do stylistyki pragmatycznej*. Red. E. SŁAWKOWA. Cieszyn, s. 46–82.
- WITOSZ B., 2005a: *Genologia lingwistyczna. Zarys problematyki*. Katowice.
- WITOSZ B., 2005b: *Miejsce stylistyki w obrębie współczesnych badań dyskursu*. W: *Polonistyka w przebudowie. Literaturoznawstwo – wiedza o języku – wiedza o kulturze – edukacja. Zjazd Polonistów, Kraków, 22–25 września 2004. T. 1*. Red. M. CZERMIŃSKA i in. Kraków, s. 67–78.
- WITOSZ B., 2007: *Potoczność jako wartość w dzisiejszej kulturze*. W: *Potoczność a zachowanie językowe Polaków*. Red. B. BONIECKA, S. GRABIAS. Lublin, s. 11–20.
- WITOSZ B., 2007: *Lingwistyka tekstu – stan aktualny i perspektywy*. „Poradnik Językowy”, nr 7, s. 3–19.
- WITOSZ B., 2008: *Podmiot w stylistyce wobec różnych koncepcji podmiotowości w dyskursie współczesnej humanistyki*. W: *Podmiot w języku i kulturze*. Red. J. BARTMIŃSKI, A. PAJDZIŃSKA. Lublin, s. 123–138.
- WITOSZ B., 2009a: *Dyskurs i stylistyka*. Katowice.
- WITOSZ B., 2009b: *Tekst a/i dyskurs w perspektywie polskiej tradycji badań nad tekstem*. W: *Lingwistyka tekstu w Polsce i w Niemczech. Pojęcia, problemy i perspektywy*. Red. Z. BILUT-HOMPLEWICZ, W. CZACHUR, M. SMYKAŁA. Wrocław, s. 69–81.
- WITOSZ B., 2010a: *Estetyzacja świata i estetyzacja języka „kolorowej” prasy kobiecej (przyczynek do rozważań o wpływie postmodernizmu na współczesną polszczyznę)*. W: *Styl-dyskurs-media*. Red. B. BOGOŁĘBSKA, M. WORSOWICZ. Łódź, s. 105–114.
- WITOSZ B., 2010: *O dyskursie wykluczenia i dyskursach wykluczonych z perspektywy lingwistycznej*. „Tekst i Dyskurs”. Warszawa, z. 3, s. 9–27.
- WITOSZ B., 2011: *Interakcyjny model relacji gatunku i dyskursu w przestrzeni komunikacyjnej*. W: *Gatunki mowy i ich ewolucja. T. 4: Gatunek a komunikacja społeczna*. Red. D. OSTASZEWSKA J. PRZYKLENK. Katowice, s. 23–32.
- WITOSZ B., 2012: *Badania nad dyskursem we współczesnym językoznawstwie polonistycznym*. „Oblicza Komunikacji”. Wrocław, T. 5, s. 61–77.
- WITOSZ B., 2016: *Kategoria dyskursu w polonistycznej edukacji akademickiej*. W: *Jak analizować dyskurs? Perspektywy dydaktyczne*. Red. W. CZACHUR, A. KULCZYŃSKA, Ł. KUMIĘGA. Kraków.
- WOJCISZKE B., 2002: *Człowiek wśród ludzi. Zarys psychologii społecznej*. Warszawa.
- WOJTAK M., 1998: *Tekst w tekście – o pewnym typie relacji kontekstualnych (na przykładzie orygli magdeburskich)*. W: *Tekst: analizy i interpretacje*. Red. J. BARTMIŃSKI, B. BONIECKA. Lublin, s. 85–98.
- WOJTAK M., 2004: *Wzorce gatunkowe wypowiedzi a realizacje tekstowe*. W: *Gatunki mowy i ich ewolucja. T. 2: Tekst a gatunek*. Red. D. OSTASZEWSKA. Katowice, T. 2, s. 29–39.
- WOJTAK M., 2006: *Gatunek w formie kolekcji a kolekcja gatunków*. „Poznańskie Spotkania Językoznawcze”. T. 15. Poznań.

- WOJTAK M., 2011: *O relacjach dyskursu, stylu, gatunku i tekstu*. „Tekst i Dyskurs”, Warszawa, z. 4, s. 69–78.
- WOJTAK M., 2015: *Gdy „między” jest w środku, czyli o przenikaniu się konwencji gatunkowych w konkretnych tekstach (na przykładzie przekazów prasowych)*. W: *Gatunki mowy i ich ewolucja*. T. 5: *Gatunek a granice*. Red. D. OSTASZEWSKA, J. PRZYKLENK. Katowice, s. 82–93.
- WOLNY-ZMORZYŃSKI K., FURMAN W., NIERENBERG B., MARSZAŁEK-KAWA J. (red.), 2010: *Prawo, etyka czy rynek? Zmiany w polskich mediach po 1989 roku*. Toruń.
- WRÓBEL A., 2011: *Asertywność na co dzień, czyli jak żyć w zgodzie ze sobą i innymi*. Warszawa.
- ZAGRODNIKOWA A., 1974: *Spójność między słowem a obrazem w wypowiedziach prasowych*. „Zeszyty Prasoznawcze”, R. XV, nr 3, s. 29–36.
- ZAJDEL J., 1998: *Telewizja w służbie słowa? W: Intermedialność w kulturze końca XX wieku*. Red. A. GWÓDŹ, S. KRZEMIEŃ-OJAK. Białystok, s. 295–304.
- ZAJDEL J., 1994: *Telewizja jako mimesis drugiego stopnia*. W: *Prędkość i przyjemność. Kino i telewizja w dobie symulacji elektronicznej*. Red. A. GWÓDŹ. Kielce, s. 67–83.
- ZAŁAŻIŃSKA A., 2006: *Niewerbalna struktura dialogu. W poszukiwaniu polskich wzorców narracyjnych i interakcyjnych zachowań komunikacyjnych*. Kraków.
- ZDUNKIEWICZ-JEDYNAK D., 2008: *ABC stylistyki*. W: *Podstawy stylistyki i retoryki*. Red. E. WIERZBICKA, A.F. WOLAŃSKI, D. ZDUNKIEWICZ-JEDYNAK. Warszawa, s. 39–101.
- ZDUNKIEWICZ D., 1993: *Akty mowy*. W: *Współczesny język polski*. Red. J. BARTMIŃSKI. Wrocław, s. 259–270.
- ZEIDLER-JANISZEWSKA A., 2006: *O tzw. zwrocie ikonycznym we współczesnej humanistyce. Kilka uwag wstępnych*. „Dyskurs”, nr 4, s. 150–159.
- ŻYDEK-BEDNARCZUK U., 1994: *Struktura tekstu rozmowy potocznej*. Katowice.
- ŻYDEK-BEDNARCZUK U., 2004: *Od rozmowy do talk-show. Uwagi o telewizyjnych gatunkach mowy*. W: *Gatunki mowy i ich ewolucja*. T. 2: *Tekst a gatunek*. Red. D. OSTASZEWSKA. Katowice, s. 424–438.
- ŻYDEK-BEDNARCZUK U., 2005: *Wprowadzenie do lingwistycznej analizy tekstu*. Kraków.

Źródła internetowe

- GOTOWAŁSKA Ź., 2014: *Jarosław Kuźniar: Niech oni siedzą i smarują się swoim prawicojadem. Beze mnie*. Onet: <http://wiadomosci.onet.pl/tylko-w-onecie/jaroslaw-kuzniar-niech-oni-siedza-i-smaruja-sie-swoim-prawicojadem-beze-mnie/hy26d> [dostęp: 14.08.2015].
- Wielki słownik języka polskiego, red. P. ŹMIGRODZKI, 2007: http://www.wsjp.pl/index.php?id_hasla=38151&id_znaczenia=4060849&l=5&ind=0.
- WITTENBERG A., 2015: *Jarosław Kuźniar w podróży. „Szukam miejsc, które nie są naznaczone Polakami”, „naTemat.pl”*: <http://natemat.pl/79909,jaroslaw-kuzniar-w-podrozy-szukam-miejsc-ktore-nie-sa-naznaczone-polakami> [dostęp: 25.08.2015].

Indeks osobowy

A

Antas Jolanta 147
Antos Gerd 26
Anusiewicz Janusz 24–26, 27, 34
Arcimowicz Krzysztof 49
Austin John, Langshaw 33

B

Bajer Dominika 46, 141
Bańkowska Edyta 57, 152
Barańczak Stanisław 32
Barańska Anna 57
Barańska Iwona 10, 11, 75, 77, 109, 186, 200
Barłowska Maria 176
Bartmiński Jerzy 22, 25–28, 31, 142, 175, 197
Bauer Zbigniew 159, 162
Bilut-Homplewicz Zofia 16–17
Bogunia-Borowska Małgorzata 60, 63, 65, 69, 89, 106–107, 113–115, 121
Bon le Gustave 45
Boniecka Barbara 34, 53, 67, 146
Borek Henryk 151
Bralczyk Jerzy 32, 50–51, 156
Brzoza Katarzyna 176
Bugajski Marian 26

C

Casetti Francesco 67
Cialdini Robert 173, 176
Cockiewicz Wacław 142
Croteau David 31, 56

Czachur Waldemar 16, 18, 27–30, 34

D

Dąbrowska Anna 26–27, 34
Dąbrowska-Cendrowska Olga 58, 60–61, 63, 75, 106–107, 113, 122
Dijk van, Teun Adrianus 17–18, 20, 29
Doliński Dariusz 33, 199
Dominiak Łukasz 17
Duszak Anna 15

E

Ekman Paul 39

F

Filiciak Mirosław 30, 40
Fiske John 38, 44
Fleischer Michael 26–27, 34
Foucault Michael 15, 17, 20, 22
Furgalska-Skudrzyk Aldona 142

G

Gajda Janusz 49, 56
Gajda Stanisław 9, 16, 50, 151
Gierula Marian 44
Goban-Klas Tomasz 38, 47, 64
Godzic Wiesław 21, 37, 45–47, 56, 63, 70, 106, 115, 169, 200
Goffman Erving 39
Gotowska Żaneta 66, 68
Górniak Lech 40
Grabias Stanisław 15, 39, 46, 151
Grzegorzczkowska Renata 26, 33

Grzymała-Kazłowska Aleksandra 17
Gwóźdź Andrzej 48, 169

H

Hope Ewa 29
Howarth David 20
Hoynes Willima 31, 56

J

Jabłońska Barbara 17
Jachimowska Katarzyna 67, 126
Jakubowicz Karol 38
Jarosz Józef 9

K

Kamińska-Radowska Irena 118, 135–136
Kamińska-Szmaj Irena 29
Kim Renata 54
Kisielewska Alicja 141
Kita Barbara 49
Kita Małgorzata 22, 55, 67–69, 149–150
Klemensiewicz Zenon 151
Kochan Marek 173–174
Kochmańska Wioletta 37
Korolko Mirosław 33
Kostecka Agnieszka 58, 60, 63, 67, 70,
75
Kozielski Maciej 64
Królik Grażyna 29
Kukieła Elwira 141
Kurzowa Zofia 41, 107–108, 142

L

Labocha Janina 15, 19–20
Lacław Ernesto 18, 20
Leary Mark 173
Ligara Bronisława 67, 142
Lis Ewelina 54
Loewe Iwona 54–56, 64, 66, 90–92, 95,
192, 197

Ł

Ławecka Magdalena 41, 57

M

Majer-Baranowska Urszula 175
Maliszewski Bartłomiej 188
Mańczyk Augustyn 24–25
Markowski Andrzej 151
McLuhan Marshall 18
Metz Robert 200
Michalczyk Stanisław 38, 45
Miczka Ewa 16
Mikułowski-Pomorski Jerzy 38, 43, 183
Miodunka Władysław 41
Mouffe Chantal 18, 20
Mroczkowska Dorota 190
Mrozowski Maciej 21, 38, 40, 62, 75–76

N

Nawrat Ryszard 199
Niezgoda Marcin 56
Nowak Paweł 31, 33–34, 56, 175, 199
Nowakowski Piotr 49, 56
Nycz Ryszard 38

O

Odin Roger 67
Ogonowska Agnieszka 42, 46, 49, 52, 188
Oniszcuk Zbigniew 38
Opilowski Roman 9

P

Pajdzińska Anna 68
Piechota Magdalena 187, 188
Pisarek Walery 26
Podracki Jerzy 50
Poprawa Marcin 16
Ptaszek Grzegorz 30, 176

R

Ropa Adam 41, 193
Rothenbuhler Eric 49
Rusinek Michał 155
Rusowicz Anna 67
Rutkowska Elżbieta 48

S

Schymalla Iwona 41, 66–67, 76–77, 123, 145

Searle John Rogers 33

Siemes Anette 55–56

Sitkowska Katarzyna 33, 37, 42

Skowronek Bogusław 30, 32–33, 37–38, 46, 56, 107, 191

Sosnowska Natalia 148

Staniewski Przemysław 9

Szpiczakowska Monika 107–108

Szkudlarek-Śmiechowicz Ewa 37, 59, 88

Szylko-Kwas Joanna 56, 58–59, 62–63, 67, 75, 113

T

Tabakowska Elżbieta 22–23, 48, 175

Tokarski Ryszard 25, 31, 33–34, 53, 175, 199

Tokarz Marek 33, 176

Tyc Ewelina 69, 183

U

Uhma Marek 107

Urzędowska Aleksandra 52

W

Warchala Jacek 32, 41, 142

Wasilewski Jacek 50–51

Wilkoń Aleksander 152

Wilkończewska Krystyna 126

Wierzbicka Anna 25

Wittenberg Anna 63

Witosz Bożena 15, 16–23, 38–39, 42–44, 58, 185–186

Wojciechowska Anna 26

Wojciszke Bohdan 30

Wojtak Maria 16, 18–19, 58, 79, 200

Wolny-Zmorzyński Kazimierz 60, 69

Wróbel Agnieszka 150

Z

Zajdel Janusz 57

Załązińska Aneta 155, 163, 189

Zdunkiewicz-Jedynak Dorota 56, 148–149, 151

Zeidler-Janiszewska Anna 32

Ż

Żydek-Bednarczuk Urszula 19, 47

Kawa czy herbata?

The first morning tv show

Polymodal message from the perspective of discourse linguistics

S u m m a r y

The dissertation presents a detailed analysis of the first national morning programme *Kawa czy herbata?* [coffee or tea?]. The morning show was broadcast on TVP 1 from 1992 to 2013, i.e. for twenty one years. This was a period of major changes not only in the Polish television but also in all mass media.

“Breakfast Television” as an idea of morning bands is willingly watched in Poland. It is proved by both the viewing ratings, as well as by the presence of the morning band not only in each of the leading television stations in Poland but also in local stations (eg. TVP Katowice).

The work is made up of two main parts, which are divided into specific sections. In the theoretical part, we present the state of media research work. We describe in detail the methodology, that is, discourse analysis and the linguistic picture of the world, the world media and the discursive image of the world. In the second, analytical part of the study we have described the TV programme *Kawa czy herbata?*. The material has been discussed in terms of four aspects of the genre’s standard developed by Maria Wojtak: structural aspect, pragmatic aspect, stylistic aspect and cognitive aspect.

As regards the structure, we have discussed both the whole programme and its individual parts. In terms of the pragmatic aspect, the analysis involves the actors of the discourse under analysis, namely the presenters of the programme and the stage on which they act – the studio. In terms of the stylistic aspect, in turn, the research is directed at the individual style of selected hosts. The final, cognitive aspect relates to the concept of the media picture of the world which was created in the morning program *Kawa czy herbata?*.

The considerations undertaken in the present work form part of the current research on discourse linguistics and media linguistics.

Keywords: breakfast TV, Polish Television, television genres, discourse

Redaktor: Anna Sońta

Projekt okładki i stron działowych: Aleksandra Glapiak

Redaktor techniczny: Małgorzata Pleśniar

Korektor: Lidia Szumigała

Łamanie: Barbara Wilk

Copyright © 2018 by

Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego

Wszelkie prawa zastrzeżone

ISSN 0208-6336

ISBN 978-83-226-3222-2

(wersja drukowana)

ISBN 978-83-226-3223-9

(wersja elektroniczna)

Wydawca

Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego

ul. Bankowa 12B, 40-007 Katowice

www.wydawnictwo.us.edu.pl

e-mail: wydawnictwo@us.edu.pl

Wydanie I. Ark. druk. 14,0. Ark. wyd. 15,5.

Papier Olin Regular Absolute White

Cena 38 zł (+ VAT)

Druk i oprawa:

„TOTEM.COM.PL Sp. z o.o.” Sp.K.

ul. Jacewska 89, 88-100 Inowrocław



Fot. AG Wagner Fotografia

EWELINA TYĆ, doktor nauk humanistycznych w zakresie językoznawstwa w Instytucie Języka Polskiego im. Ireny Bajerowej Uniwersytetu Śląskiego. W kręgu jej zainteresowań naukowych znajdują się następujące zagadnienia: język w polityce, płęć w języku, perswazja, autopromocja, autoprezentacja w dyskursie medialnym. Jest współorganizatorką cyklu konferencji poświęconych strategiom ingracjacyjnym w przestrzeni publicznej. Współredagowała serię publikacji: *Dyskurs autopromocyjny i jego współczesne odsłony* (Katowice 2015), *Dyskurs autopromocyjny dawniej i dziś* (Katowice 2016), *Autopromocja, autoprezentacja, wizerunek w mediach masowych* (Katowice 2017), *Autopromocja, autoprezentacja, wizerunek w mediach audiowizualnych* (Katowice 2018).



ISSN 0208-6336
Cena 38 zł (+ VAT)

ISBN 978-83-226-3222-2



Więcej o książce

