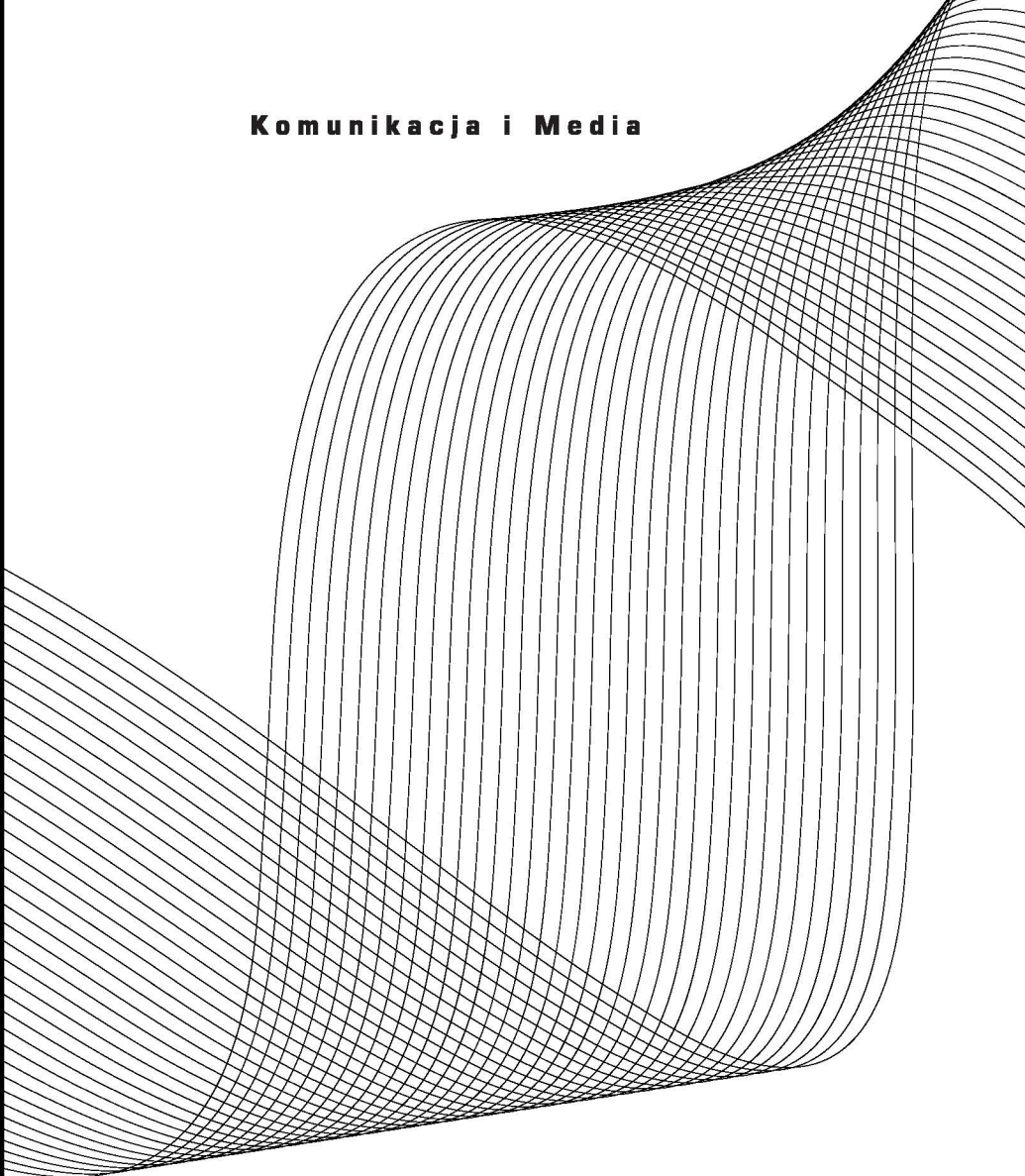


Komunikacja i Media



Metody badania komunikacji i mediów

Perspektywa teoretyczna
i analityczna

pod redakcją Anny Barańskiej-Szmitko

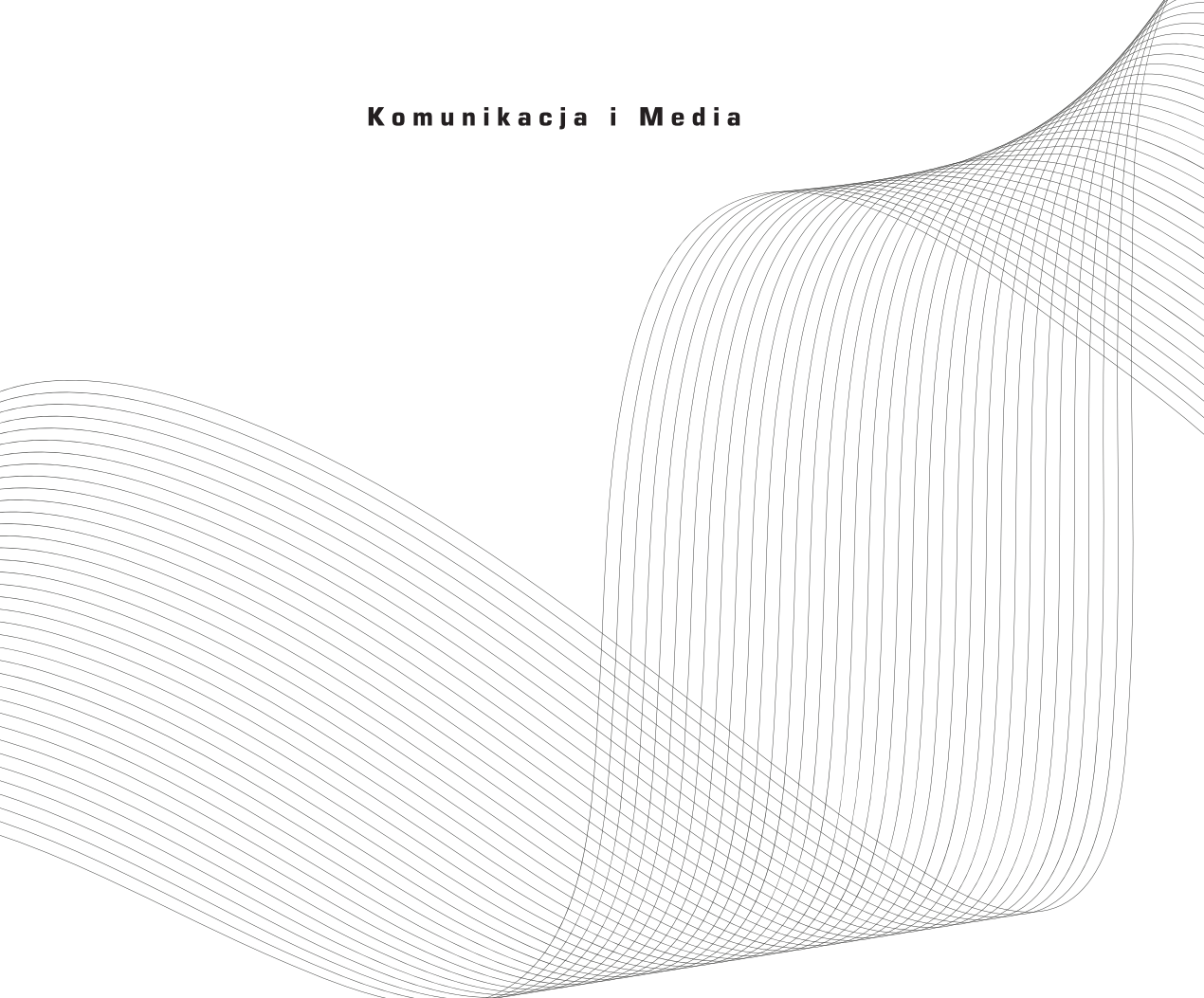
Metody badania komunikacji i mediów

Perspektywa teoretyczna
i analityczna



WYDAWNICTWO
UNIWERSYTETU
ŁÓDZKIEGO

Komunikacja i Media



Metody badania komunikacji i mediów

Perspektywa teoretyczna
i analityczna

pod redakcją Anny Barańskiej-Szmitko

Anna Barańska-Szmitko – Uniwersytet Łódzki, Wydział Filologiczny
Katedra Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej, 90-236 Łódź, ul. Pomorska 171/173

RECENZENT

Małgorzata Lisowska-Magdziarz

REDAKTOR INICJUJĄCY

Urszula Dzieciatkowska

OPRACOWANIE REDAKCYJNE

Aleksandra Urzędowska

SKŁAD I ŁAMANIE

Munda – Maciej Torz

KOREKTA TECHNICZNA

Anna Sońta

PROJEKT OKŁADKI I STRON TYTUŁOWYCH

krzysztof de mianiuk

Zdjęcie wykorzystane na okładce: © Depositphotos.com/uniqdes

© Copyright by Authors, Łódź 2021

© Copyright for this edition by Uniwersytet Łódzki, Łódź 2021

<https://doi.org/10.18778/8220-429-2>

Wydane przez Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego

Wydanie I. W.09407.19.0.K

Ark. wyd. 20,9; ark. druk. 20,75

ISBN 978-83-8220-429-2

e-ISBN 978-83-8220-430-8

Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego

90-131 Łódź, ul. Lindleya 8

www.wydawnictwo.uni.lodz.pl

e-mail: ksiegarnia@uni.lodz.pl

tel. 42 665 58 63

SPIS TREŚCI

Wstęp	7
CZĘŚĆ I. BADANIE MEDIÓW TRADYCYJNYCH	13
1. Analiza retoryczna tekstu prasowego	15
1.1. (Neoklasyczna) analiza retoryczna George’a A. Kennedy’ego w perspektywie medioznawczej – <i>Monika Worsowicz</i>	15
1.2. Jarosław Kurski, <i>Prezydent Obywateli</i> – analiza retoryczna – <i>Monika Worsowicz</i>	31
2. Retoryczna analiza reportażu telewizyjnego	55
2.1. Retoryczna perspektywa badawcza reportażu telewizyjnego – uwagi teoretyczne – <i>Bogumiła Fiolek-Lubczyńska</i>	55
2.2. Od pomysłu do realizacji. Retoryczna analiza telewizyjnego filmu dokumentalnego Michała Fajbusiewicza i Waldemara Piaseckiego pt. <i>Moja Misja</i> – <i>Krzysztof Grzegorzewski</i>	68
3. Metoda komunikatywistyczna w analizie genologicznej	91
3.1. Podstawy komunikatywistycznej analizy genologicznej – <i>Rafał Siekiera</i>	91
3.2. Komunikatywistyczna analiza genologiczna w praktyce na przy- kładzie badania telewizyjnych serwisów informacyjnych – <i>Rafał Siekiera</i>	127
4. Metoda krytyczna Edmunda Feldmana w badaniu dzieł radiowych ...	157
4.1. Przełożenie metod badania sztuk wizualnych na sztukę audialną – metoda krytyczna Edmunda Feldmana w badaniu artystyczne- go dzieła radiowego – <i>Natalia Kowalska-Elkader</i>	157
4.2. Reportaż artystyczny, słuchowisko eksperymentalne i ekspery- ment radiowy analizowane metodą krytyczną Edmunda Feldma- na – <i>Natalia Kowalska-Elkader</i>	168
5. Technika analizy artystycznych gatunków radiowych	177
5.1. Technika analizy i sposób opisu artystycznych gatunków radio- wych – <i>Joanna Bachura-Wojtasik i Kinga Sygizman</i>	177

5.2. Dokument(alność) a kreacyjność artystycznych audycji radiowych autorstwa Katarzyny Michalak i Marty Rebdy – <i>Joanna Bachura-Wojtasik i Kinga Sygizman</i>	187
CZĘŚĆ II. BADANIE KOMUNIKACJI – INTERDYSCYPLINARNIE ...	201
6. Metoda komunikatywistyczna w badaniu ideologii	203
6.1. Konstruowanie profilu ideologicznego jako metoda badania dyskursu politycznego – <i>Anita Filipczak-Białkowska</i>	203
6.2. Eklektyzm ideologiczny partii politycznych, czyli profil ideologiczny w praktyce – <i>Anita Filipczak-Białkowska</i>	234
7. Metoda triangulacji quasi-eksperymentu i analizy dyskursu w celu badania wizerunku komunikowanego werbalnie	253
7.1. Dyskursywna analiza wizerunku realizowana na materiale empirycznym – <i>Anna Barańska-Szmitko</i>	253
7.2. Wizerunek Wojciecha Drewniaka w jego książkach <i>Historia Bez Cenzury</i> . Dyskursywna analiza cech wizerunkowych „pasjonat” oraz „ma dużą wiedzę historyczną” – <i>Anna Barańska-Szmitko</i>	282
8. Metoda studium przypadku w badaniach komunikacji	309
8.1. Studium przypadku jako metoda badania procesów zachodzących w komunikacji społecznej – <i>Błażej Filanowski</i>	309
8.2. Badanie performansu kulturowego jako czynnika wpływającego na selekcję informacji przez media – <i>Błażej Filanowski</i>	317
Indeks rzeczowy	327
Noty o autorach	331

WSTĘP

<https://doi.org/10.18778/8220-429-2.01>

Wiele ze słów Małgorzaty Lisowskiej-Magdziarz, wyrażonych w 2013 roku, pozostaje wciąż aktualnych:

Współczesne orientacje w badaniach nad mediami czerpią swobodnie z dorobku metodologicznego całego spektrum nauk społecznych i humanistycznych, od estetyki i historii sztuki, poprzez językoznawstwo, psychologię, psychologię społeczną, socjologię, antropologię i politologię, aż po ekonomię i nauki o zarządzaniu. Brak wielkiej teorii i metodologicznej odrębności może być traktowany jako niedostatek, współcześnie stanowi jednak raczej siłę dyscypliny: umożliwia badaczowi swobodne wędrówki ponad granicami różnych nauk o człowieku i społeczeństwie, otwiera na nowe pytania i nietypowe sposoby ich rozwiązywania, pozwala na tworzenie multidyscyplinarnych projektów badawczych i współpracę między przedstawicielami różnych nauk (Lisowska-Magdziarz 2013: 27).

Jedyna zmiana dotyczy tego, że dziś nie zastanawiamy się, czy mamy szansę na nomotetyczność badań komunikacji i mediów (Lisowska-Magdziarz 2013: 41), ale na jakich zasadach ich metodologiczny pluralizm może funkcjonować i jakie kierunki może przybrać jego rozwój, zwłaszcza w zmieniających się warunkach prawnych dyscypliny (Jabłonowski, Mielczarek 2018; Lisowska-Magdziarz 2019; Pruchnik 2020). Ponieważ same nauki o komunikacji społecznej są bardzo eklektyczne (zob. Goban-Klas 2008; Hofman 2015; Lisowska-Magdziarz 2013, 2019; Jabłonowski, Mielczarek 2018), to i właściwy im eklektyzm metodologiczny stanowi ich naturalną cechę.

Na te swoistości nauk o komunikacji społecznej i mediach nakłada się wręcz ekspansywny (w jak najbardziej pozytywnym znaczeniu tego słowa), rozwijający się trend multi-, inter- i transdyscyplinarności (Kita 2012), właściwy nie tylko badaniom mediów i komunikacji, ale całej nauce. Warto też pamiętać, że szybko zmieniająca się rzeczywistość komunikacyjna stwarza nowe pola zainteresowań, ale też często wymusza wypracowanie nowego instrumentarium badawczego. Otwartość metodologiczna staje się potrzebą i niemal koniecznością.

Naturalne jest więc, że w takich warunkach, kiedy naukowcowi brakuje rozwiązania metodologicznego w pełni go satysfakcjonującego, musi wcześniej czy później dojść do wypracowania własnych metod badawczych, zwykle już znanych, ale zmodyfikowanych do uzyskania nowych celów, zaadaptowanych z innych pól badawczych albo łączących różne rozwiązania. W tej książce właśnie takie metody przedstawiamy.

My, autorzy, czyli grupa badaczy z Katedry Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej Uniwersytetu Łódzkiego, chcemy podzielić się propozycją swoich rozwiązań metodologicznych, dlatego zbiór metod, jakie tu przedstawiamy, z założenia nie jest zamknięty ani wyczerpujący, za to często autorski i w naszej ocenie przydatny do badania mediów i komunikacji.

W celu zobrazowania tej badawczej użyteczności każdą z proponowanych metod pokazujemy kompleksowo, tj. zarówno teoretycznie, jak i w praktyce badawczej. Stąd też określona struktura książki. Każdy rozdział poświęcony danej metodzie ma dwa podrozdziały: jeden – prezentujący teoretyczne zaplecze wybranej metody i drugi – pokazujący analizę konkretnego materiału z wykorzystaniem uprzednio scharakteryzowanej metodologicznej propozycji.

Rozdziały „teoretyczne” są ponadto skonstruowane według jednego wzorca, tj. staramy się przedstawić rodowód metody, jej cele, zakres przedmiotów badawczych i materiału badawczego oraz sposób analizy, choć oczywiście proporcje takiego opisu oraz ich kolejność bywają zmienne, dostosowywane do omawianej materii. Z kolei kompozycja rozdziałów „analitycznych” została ściśle dopasowana do wymogów metody, konkretnego celu badawczego i jej materiału analitycznego. W tych rozdziałach przeprowadza się konkretną analizę konkretnego zjawiska z użyciem wcześniej opisanej metody, każdorazowo więc nieco inaczej wygląda ich konstrukcja.

Opis zawartości niniejszego tomu warto poprzedzić uwagą dotyczącą kwestii aparatu badawczego i reprezentowanego tutaj podejścia. Ponieważ niniejsze opracowanie dotyczy różnych metod badania mediów i komunikacji, dla precyzji i przejrzystości wyводу należy zaznaczyć, jak rozumiemy takie pojęcia jak *metoda badawcza*, *technika*, *narzędzie*, *procedura*, *metodyka* i wreszcie *metodologia*. Nie zawsze konieczne jest dosłowne posługiwanie się tymi terminami w rozdziałach składających się na niniejszy tom, ale zawsze takie jak niżej rozumienie tych pojęć przyświecało naszej pracy badawczej i tym samym redakcji poszczególnych rozdziałów.

Metoda badawcza to dla nas ściśle określony sposób postępowania służący realizacji określonych celów badawczych (typowych dla danej metody) (Apanowicz 2005: 55–56, por. Kawa 2013: 173). Za *technikę badawczą* uznajemy szczegółowe czynności pozwalające gromadzić, uporządkować czy przechowywać potrzebne dane, stąd *technika* stanowi pojęcie węższe od *metody*, a wśród jej przykładów wymienić można ankietowanie, badanie dokumentów czy obserwację (Apanowicz 2005: 57–58). *Narzędzie badawcze* natomiast to szczegółowe rozwiązanie służące realizacji danej techniki badawczej, urządzenie techniczne, aparatura pomiarowa, słowem: to, co służy rejestracji i przechowywaniu danych, czyli np. kamera, dyktafon, oprogramowanie komputerowe, ale też kwestionariusz ankiety, arkusz obserwacji czy test (Apanowicz 2005: 58–59). O ile *technikę badawczą* ujmujemy się w kategoriach czynności, o tyle *narzędzie badawcze* postrzegamy jako instrument, aparaturę do gromadzenia i przechowywania danych

(Apanowicz 2005: 58). Za *procedurę badawczą* uznajemy określoną sekwencję technik z wykorzystaniem danych narzędzi badawczych, stosowaną w celu realizacji założeń konkretnego badania (por. Apanowicz 2002: 38). Bardzo ważne jest precyzyjne zdefiniowanie *metodologii*, która często bywa mylona z *metodą*. Tymczasem *metodologia* to „nauka o czynnościach poznawczych badań naukowych oraz wytworach poznawczych tych czynności” (Apanowicz 2002: 9, zob. też Kawa 2013: 172–174). Tym samym w centrum zainteresowania *metodologii* znajdują się *metody badawcze* i efekty zastosowania tych *metod* (Apanowicz 2002: 9); to nauka o metodach, nie sama metoda. Odzwierciedlenie tego podejścia Czytelnik znajdzie w niniejszej monografii.

Porządek prezentowanych w tym tomie treści narzuciła sama problematyka – naturalny dla opisywania metod jest układ, w którym każdy rozdział opisuje inną metodę. Materiał i przedmiot badawczy uznaliśmy jednak za nadrzędne dla tego porządku, dlatego całość niniejszego opracowania podzielona została na dwie części. W pierwszej z nich (I. Badanie mediów tradycyjnych) pokazujemy metody badania wybranych aspektów prasy, telewizji i radia, możliwych do uchwycenia przez ukazane tutaj metody. W drugiej części (II. Badanie komunikacji – interdyscyplinarnie) pierwszoplanową rolę odgrywa nie tyle medium, co zjawisko w komunikacji, którego analizie służy dana metoda (wizerunek, ideologia, performans). W każdej części poszczególne rozdziały poświęcono innej metodzie. Każdy rozdział – jak wyżej wspomniano – dzieli się na „teoretyczny” i „analityczny”.

Dwa pierwsze rozdziały części I przedstawiają metody reprezentujące nurt badań retorycznych w tradycji neoarystotelesowskiej. Rozdział 1 poświęcony został (neoklasycznej) analizie retorycznej George’a Kennedy’ego w perspektywie medioznawczej. Ten rodzaj analizy Monika Worsowicz opisała w rozdz. 1.1, a w rozdz. 1.2 dokonała egemplifikacji na przykładzie tekstu Jarosława Kurskiego z „Gazety Wyborczej” pt. *Prezydent Obywateli*. Metoda ta jest ciekawa, dlatego że pierwotnie opracowano ją na potrzeby egzegezy biblijnej, ale jej potencjał pozwala na wykorzystywanie szerokiej perspektywy widzenia materiału badawczego (warsztat dziennikarski, genologia, dyskurs publiczny, wystąpienia publiczne, odbiór przekazów medialnych itd.) bez zawężania go do wybranych zagadnień teorii retorycznej (jak np. skuteczność argumentacyjna czy aparat tropologiczny).

W tym samym nurcie badań retorycznych w tradycji neoarystotelesowskiej mieści się analiza reportażu telewizyjnego, będąca przedmiotem rozważań rozdziału 2. Rozdział metodologiczny (2.1), przygotowany przez Bogumiłę Fiolek-Lubczyńską, ukazuje, czym jest reportaż telewizyjny i jak badać go retorycznie, tj. wskazywać wykorzystanie reguł neoklasycznej retoryki do tworzenia skutecznej wypowiedzi o cechach artystycznych. Realizację tej perspektywy badawczej obrazuje Krzysztof Grzegorzewski na przykładzie analizy filmu dokumentalnego Michała Fajbusiewicza i Waldemara Piaseckiego pt. *Moja Misja* (rozd. 2.2).

Rozdział 3 traktuje o metodzie komunikatywistycznej w analizie genologicznej, pozwalającej po raz pierwszy w gatunkach dostrzec scenariusze genologiczne, według których tworzone i interpretowane są konkretne teksty kultury. W rozdz. 3.1 Rafał Siekiera nakreśla punkt wyjścia w komunikatywistycznej analizie genologicznej, a w rozdz. 3.2 przybliża wykorzystanie metody na przykładzie badania telewizyjnych serwisów informacyjnych. Połączenie osiągnięć gramatyki komunikacyjnej Grażyny Habrajskiej i Aleksego Awdiejewa z ustaleniami genologicznymi reprezentuje silny w nauce trend integracji perspektyw badawczych, w tym przypadku genologii lingwistycznej, pragmalingwistyki i komunikologii.

Rozdział 4 to kolejny przykład interdyscyplinarnego podejścia, polegającego jednak nie na łączeniu, lecz na adaptacji rozwiązań metodologicznych z jednego pola badawczego do warunków innego. Metoda krytyczna Edmunda Feldmana była bowiem pierwotnie metodą analizy sztuk wizualnych. Natalia Kowalska-Elkader pokazuje w rozdz. 4.1 zaplecze teoretyczno-metodologiczne pozwalające na wykorzystanie tej metody do badania artystycznych i eksperymentalnych audycji radiowych, a w rozdz. 4.2 przedstawia próbkę analizy na przykładzie reportażu radiowego, słuchowiska eksperymentalnego i eksperymentu radiowego. Ponieważ struktura dzieł kształtuje ich treść, a krytyczna metoda Feldmana pozwala na analizę dzieła zarówno pod względem treści, jak i jego formy, to badanie artystycznej materii radiowej prowadzone jest tutaj w sposób holistyczny i spójny.

Część dotyczącą mediów zamyka rozdz. 5 autorstwa Joanny Bachury-Wojtasik i Kingi Sygizman, poświęcony technice analizy artystycznych gatunków radiowych. W części teoretyczno-metodologicznej (5.1) skoncentrowano się na zagadnieniach techniki analizy montażu i sposobu opisu artystycznych gatunków radiowych, traktując montaż i stosunek autorów do faktów jako kluczowe kategorie analityczne. W części 5.2 autorki wykorzystują wspomnianą technikę do ukazania dokument(alności) i kreacyjności audycji Katarzyny Michalak i Marty Rebzdy. Spojrzenie na artystyczne gatunki radiowe przez pryzmat idiostylu danego autora reprezentuje jeden ze współczesnych nurtów opisu i analizy reportażu radiowych oraz słuchowisk.

W części II niniejszego opracowania nie tyle skupiono się na materiale medialnym, ile na zjawiskach komunikacyjnych właściwych dla wielu mediów. Tak jak zapowiada sam tytuł tej części (Badanie komunikacji – interdyscyplinarnie), każda z metod łączy pewne stanowiska, perspektywy badawcze, paradygmaty czy dyscypliny w celu eksploracji różnych zjawisk komunikacyjnych (ideologia, wizerunek, performans).

O ile w rozdz. 3 jeden z wariantów metody komunikatywistycznej wykorzystano do analizy genologicznej, o tyle w rozdz. 6 inny jej wariant, łączący perspektywę komunikologiczną i pragmalingwistyczną z politologiczną, wskazuje na możliwości badania ideologii. Metodę komunikatywistyczną w roli metodologicznego rozwiązania, pozwalającego konstruować profile ideologiczne obecne w dyskursie politycznym, przedstawia Anita Filipczak-Białkowska w teoretyczno-

-metodologicznym rozdz. 6.1. W kolejnym (6.2) za pomocą tej metody przeprowadza analizę ukazującą eklektyzm ideologiczny polskich partii politycznych. Metoda komunikatywistyczna jako narzędzie do badania ideologii, rozwijając możliwości analizy dyskursu, pozwala na systematyczną analizę przekazu i otwiera dostęp do treści ideologicznych nieujawnionych na poziomie tekstu, ale zawartych w głębokich strukturach sensu. Ponadto, wychodząc poza wewnątrzsystemowe rozważania lingwistyczne, umożliwia uzupełnienie analiz prowadzonych w obrębie dyscyplin stricte społecznych.

Rozdział 7 poświęcono triangulacji eksperymentu z analizą dyskursu w celu badania wizerunku, czyli metodzie łączącej metody badań społecznych i humanistycznych. W rozdz. 7.1 Anna Barańska-Szmitko ukazuje teoretyczno-metodologiczne zaplecze dyskursywnej analizy wizerunku na materiale empirycznym. Egzemplifikację jej zastosowania w praktyce badawczej przedstawia na przykładzie tekstów Wojciecha Drewniaka z książek cyklu *Historia Bez Cenzury*. To pierwsza metoda związana z badaniem wizerunku, która daje możliwość zdefiniowania sposobów komunikowania poszczególnych cech wizerunkowych autora wypowiedzi na podstawie empirycznych danych. Podobnie jak metoda z poprzedniego rozdziału, także i ta realizuje silny w lingwistyce trend poszerzania i/lub przekierowywania badań skupionych na systemie języka w stronę właściwości języka w działaniu (dyskursu) i szukania nowych możliwości metodologicznych badania tego obszaru.

Ostatni rozdział (8) poświęcony jest metodzie studium przypadku (*case study*) – empirycznego badania skoncentrowanego na zjawiskach wymagających pogłębionej analizy ze względu na ich złożoność lub unikalność. Obecnie metoda ta znajduje zastosowanie w wielu dziedzinach nauki, w przypadku komunikacji zwykle służy zrozumieniu zachodzących w czasie komunikowania procesów i ich konsekwencji. Błażej Filanowski w rozdz. 8.1 przybliża tę metodę oraz wyodrębnia w jej ramach różnorodne strategie badawcze, a w rozdz. 8.2 przeprowadza studium przypadku wybranego wydarzenia, w którym performans kulturowy staje się czynnikiem wpływającym na selekcję informacji przez media. Autor za pomocą analizowanego przykładu identyfikuje specyficzny mechanizm medialny oraz prezentuje go jako potencjalnie inspirujący do kolejnych rozwiązań metodologicznych.

Zarysowaną wyżej główną treść uzupełniają usytuowane na końcu książki indeks rzeczowy oraz indeks nazwisk, a także noty o autorach, przybliżające ich sylwetki.

Jako redaktor niniejszego tomu dziękuję gorąco wszystkim Kolegom i Koleżankom, którzy entuzjastycznie zareagowali na pomysł powstania tej publikacji, a potem z dużym zapałem i zaangażowaniem uczestniczyli w procesie jej tworzenia, poczynawszy od klarowania jej koncepcji, przez redakcję rozdziałów, aż po ostatnie szlify. Dziękuję też Recenzentce, prof. dr hab. Małgorzacie Lisowskiej-Magdziarz, za wnikliwe, przygotowane z dużą uwagą recenzje, które ulepszyły niniejszą książkę, ale i naszą pracę badawczą w ogóle.

Przedstawione przez nas metody badawcze z jednej strony sytuują się we wspomnianym na początku zbiorze określonych trendów i właściwości nauk o komunikacji społecznej i mediach oraz nauki w ogóle – nasze propozycje silnie bowiem wykazują interdyscyplinarne zaplecze badawcze, w tym łączenie perspektyw, adaptowanie ich na nowe pola i do badania nowych materii. Z drugiej strony każda z tych metod ma pewne autorskie piętno, którego chyba nie sposób nie odcisnąć, prowadząc własne badania naukowe. Potraktować ten tom można zatem jako swego rodzaju „niezbędnik badacza”, zwłaszcza tego stawiającego w nauce pierwsze kroki, ale można też widzieć w zawartych tu propozycjach źródło wiedzy o sposobach tworzenia różnych naukowych rozwiązań metodologicznych, co z kolei może być przydatne dla bardziej wprawnych adeptów nauki. Mamy tym samym nadzieję, że prezentowana tu zawartość stanowić będzie inspirację dla badaczy do poszukiwania własnych dróg, własnych sposobów, własnych metod badania rzeczywistości komunikacyjnej.

Anna Barańska-Szmitko
redaktor tomu

Literatura

- Apanowicz Jerzy (2002), *Metodologia ogólna*, Bernardinum, Gdynia.
- Apanowicz Jerzy (2005), *Metodologiczne uwarunkowania pracy naukowej*, Prace doktorskie, prace habilitacyjne, Difin, Warszawa.
- Goban Klas Tomasz (2008), *Nauki o mediach i komunikacji społecznej jako nowa dyscyplina nauk o mediach*, „Studia Medioznawcze”, nr 33, s. 11–19.
- Hofman Iwona (2015), *Multigenetyczność dziennikarstwa w nauce i dydaktyce*, „Rocznik Nauk Społecznych”, t. 7 (43), nr 3, s. 113–124.
- Jabłonowski Marek, Mielczarek Tomasz (2018), *Komunikowanie społeczne i media – federacja, a nie inkorporacja*, „Studia Medioznawcze”, nr 75, s. 13–27.
- Kawa Jerzy (2013), *Metodologia, metodyka, metoda jako podstawa wywodu naukowego*, „Studia Prawnoustrojowe”, nr 21, s. 169–188.
- Kita Małgorzata (2012), „Razem”: konsiliencja, interdyscyplinarność, transdyscyplinarność, [w:] *Transdyscyplinarność badań nad komunikacją medialną*, t. 1: Stan wiedzy i postulaty badawcze, red. M. Kita, M. Ślawska, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice, s. 11–30.
- Lisowska-Magdziarz Małgorzata (2013), *Metodologia badań nad mediami – nurty, kierunki, koncepcje, nowe wyzwania*, „Studia Medioznawcze”, nr 53, s. 27–42.
- Lisowska-Magdziarz Małgorzata (2019), *Media i komunikowanie społeczne: federacja, ale jaka? Dalsze pytania o przyszłość dyscypliny*, „Studia Medioznawcze”, nr 77, s. 118–129.
- Pruchnik Piotr (2020), *Identyfikacja trendów w polskich mediach na przykładzie kwartalnika „Studia Medioznawcze”. Wykorzystanie narzędzi Big Data*, „Studia Medioznawcze”, nr 80, s. 412–428.

CZEŚĆ I

BADANIE MEDIÓW TRADYCYJNYCH

ANALIZA RETORYCZNA TEKSTU PRASOWEGO

1.1. (Neoklasyczna) analiza retoryczna George'a A. Kennedy'ego w perspektywie medioznawczej – *Monika Worsowicz*

<https://doi.org/10.18778/8220-429-2.02>

1.1.1. Wprowadzenie

Model krytyki retorycznej, będący punktem wyjścia do rozważań metodologicznych prezentowanych w tym rozdziale, został opracowany na przełomie lat 70. i 80. XX w. przez amerykańskiego klasycystę George'a A. Kennedy'ego. Stanowił rezultat poszukiwań jasnej oraz systematycznej metody analitycznej, która z jednej strony mieściłaby się w ówczesnym nurcie ponownego zainteresowania badaczy Pisma Świętego retoryką, z drugiej – wychodziła naprzeciw potrzebie zmodernizowania dotychczasowej krytyki literackiej, skoncentrowanej na odczytywaniu tekstu z perspektywy aktualnej publiczności. Celem Kennedy'ego stało się badanie fragmentów Biblii jako spójnych jednostek, wyrażających perswazyjne zamiary ich autorów i mniej lub bardziej skutecznie oddziałujących na odbiorców. Aby jednak poprawnie zrekonstruować sposób odczytania tekstu i w konsekwencji właściwie go zrozumieć, tak jak uczyniliby to jego pierwsi czytelnicy, należy oprzeć się na starożytnym systemie retorycznym i użyć go zarówno formalnie, jak i funkcjonalnie. Pięć zaproponowanych przez Kennedy'ego etapów analizy stało się metodycznie uporządkowanym schematem praktycznie wykorzystywanym, a także modyfikowanym w ramach neoarystotelesowskiego nurtu badań Pisma Świętego.

Odwołanie do propozycji metodologicznych Kennedy'ego w kontekście medioznawstwa może budzić wątpliwości. Przede wszystkim dlatego, że jest to koncepcja opracowana na potrzeby egzegezy biblijnej i już pierwszy punkt procedury – określenie granic badanej jednostki – trudno jest odnieść do przekazów medialnych, których delimitacja na ogół nie nastręcza równie poważnych trudności jak teksty biblijne. Ponadto amerykański badacz koncentrował swoją uwagę na Nowym Testamencie, będącym jego zdaniem zbiorem wtórnie spisanych mów, a zatem wystąpień ustnych, stanowiących dla starożytnych retorów pierwotny obiekt konceptualizacji. W poniższych rozważaniach, a zwłaszcza w rozdziale prezentującym praktyczne zastosowanie omawianej metody, układ odniesienia oraz analizowany materiał stanowią zaś współczesne teksty od początku

opracowywane w formie pisemnej. Trudno również uznać tradycję neoarystotelesowską (neoklasyczną) za odkrywczą na gruncie nowoczesnej krytyki, nawet jeśli wciąż jest ona obecna i konkuruje z takimi podejściami jak np. gatunkowe, narracyjne, ideologiczne, pentadyczne czy „noworetoryczne” (Foss 2009; Liचाński 2010: 387–388). Mimo tych zastrzeżeń uznaję model Kennedy’ego za wartościowy i możliwy do zaadaptowania na potrzeby badań przekazów dziennikarskich, w szczególności publicystycznych, co postaram się uwiarygodnić.

Przywołane w tytule określenie „neoklasyczna” jest uzasadnione trojako. Po pierwsze, akcentuje związek opisywanej metody z grecko-rzymskim kanonem teorii. Po drugie, lokalizuje ją w kręgu analiz stosowanych w ramach krytyki retorycznej, a zarazem wyróżnia w nurcie inaczej zorientowanych egzegez biblijnych, również określanych mianem „retorycznych” (Meynet 1989, 2001; Muilenburg 1969; Betz 1979; Robbins 1996a, 1996b, 2009; Wilder 1964)¹. Po trzecie, „klasycyzm” wskazuje również na antyczny paradygmat uniwersalistycznego myślenia o retoryce jako sztuce przekonywania uwzględniającej jednocześnie trzy kluczowe elementy: mówcę (autora), mowę (tekst) i audytorium (słuchaczy, czytelników). Otwiera zatem szerokie pole widzenia badanego materiału, nieograniczone np. jedynie do skuteczności argumentacyjnej czy aparatu tropologicznego.

Z punktu widzenia współczesnej metodologii naukowej, a także potrzeb dydaktycznych szkół wyższych (przygotowywanie prac semestralnych, dyplomowych) neoklasyczna analiza retoryczna stwarza również okazję do praktycznego zastosowania bogatej i skomplikowanej teorii *artis bene dicendi* – zarówno w jej wymiarze strukturalnym (odniesienie do trzech, a nawet czterech z pięciu „części” retoryki), jak i terminologicznym.

1.1.2. Cele metody

Pierwotnym zamiarem G.A. Kennedy’ego było opracowanie metody pozwalającej na badanie pism Nowego Testamentu o różnej objętości przy założeniu, że badanie to powinno być prowadzone na podstawie ustaleń grecko-rzymskich teoretyków wymowy, którym udało się uchwycić uniwersalny fenomen perswazji (Pindel 2012: 45–46). Jako uzupełnienie metod diachronicznych schemat Kennedy’ego miał także prowadzić do możliwie najwierniejszego odczytania Biblii na wzór greckojęzycznych chrześcijan z I w. n.e. (Pindel 2012: 49; Kennedy 1984: 10) i umożliwić ocenę retorycznej poprawności oraz funkcjonalności analizowanych tekstów. Ze względów formalnych za najlepszy materiał badawczy w przypadku tej metody uznawane są listy apostołskie świętych – pisane odpowiedniki wygłaszanych mów.

¹ W źródłach metoda Kennedy’ego jest określana ogólnie jako „retoryczna” i dopiero dokładniejsze opisy wskazują na jej osadzenie w „klasycznej” retoryce.

Adaptacja metody Kennedy'ego na potrzeby analizy dziennikarskich przekazów medialnych ma na celu opis formy oraz zrozumienie treści w sposób usystematyzowany i wielostronny, a także obiektywną ocenę ich perswazyjnej skuteczności. Przyjmuje się bowiem, że ten typ przekazów jest tworzony z określonym zamiarem, autor ma do dyspozycji różnorodne środki jego realizacji, a audytorium wyznaczone jest przez krąg sprofilowanych odbiorców². Przekrojowość oraz uniwersalność podejścia czynią badanie złożonym, a także wymagającym interdyscyplinarnych umiejętności (np. związanych z interpretacją faktów życia publicznego czy obserwacją zmian w dyskursie medialnym), ale również stwarzają szansę na pogłębienie oglądu zagadnienia. Zarazem nie wykluczają możliwości ograniczenia analizy do wybranych etapów, odpowiadających szczegółowemu celowi, np. zaprezentowaniu budowy dzieła i toku argumentacyjnego, diagnozie specyfiki stylu autorskiego, ustaleniu, które środki kompozycyjne (i w jaki sposób) oddziałują perswazyjnie.

Metoda umożliwia zarówno badania przekazów pojedynczych oraz ich zbiorów, jak i analizy komparatystyczne (np. porównanie różnych gatunkowo tekstów tego samego autora, podobnych gatunkowo tekstów różnych autorów, tekstów tego samego gatunku w różnych mediach), obejmujące materiały tekstowe, audialne i audiowizualne dostępne za pośrednictwem wszelkich typów mediów masowych. Ze względu na daleko idące uproszczenia formy i treści materiałów o nadrzędnej funkcji informacyjnej analiza ich pojedynczych przykładów w większości przypadków może okazać się niesatysfakcjonująca badawczo, w przeciwieństwie do np. analizy tekstów będących realizacjami gatunków publicystycznych oraz publicystyczno-literackich.

1.1.3. Przedmiot badań

„Metoda retoryczna” to słowo klucz stosowane na gruncie nauk humanistycznych jako ogólne określenie odmiennych metod badawczych, sytuowanych w obrębie zarówno klasycznej, jak i nowej retoryki (Nadolska-Mętel 2005; Lorek 2009). Bywa uściślane do grupy procedur analitycznych, których wspólną cechą pozostaje odwoływanie się do pojęć antycznych (Gorzkowski 2004; Lewiński 2008; Retoryka w praktyce medialnej 2017), ale przez badaczy nadal interpretowane jest dość swobodnie, głównie dlatego, że umożliwia koncentrację na wybranym wycinku teorii i badanie poszczególnych komponentów systemu, np. jedynie budowy tekstu, użytego języka, modelu argumentacji czy etosu nadawcy (Karwowska 2015; Modrzejewska 2012; Brylska 2012).

² Teoretycznie audytorium ograniczone jest jedynie możliwością dotarcia do przekazu i jego zdekodowania; w praktyce przekazy medialne tworzone są z myślą o grupie odbiorców o określonych cechach i potrzebach, np. zainteresowanych danym tematem, zorientowanych aksjologicznie itp.

Niezależnie od stopnia związku ze starożytnym schematem koncepcyjnym najważniejszym punktem odniesienia w praktykowaniu tej metody zazwyczaj pozostaje pojęcie perswazji.

Metoda G.A. Kennedy'ego, na gruncie biblistyki określana jako *rhetorical criticism theory* lub *rhetorical criticism* (krytyka retoryczna), wpisuje się w charakterystykę metody retorycznej, opisaną – obok metody historyczno-krytycznej, narratywnej i semiotycznej – w dokumencie Papieskiej Komisji Biblijnej (PKB) pt. *Interpretacja Biblii w Kościele* z 1993 roku³. Zdaniem Ryszarda Rubinkiewicza (1996: 14):

[m]etoda retoryczna nie zajmuje się badaniem małych jednostek tradycji, ale spogląda na dzieło literackie całościowo, w jego fazie finalnej. W odróżnieniu od krytyki historyczno-literackiej retoryka zajmuje się osobowymi aspektami myśli autora. Ponadto retoryka zwraca uwagę na kontekst, który stanowi wspólną płaszczyznę dla pisarza i czytelnika. Dlatego interesuje się ona stosunkami społecznymi i kulturalnymi zachodzącymi pomiędzy autorem a czytelnikiem. Ponadto [...] uczeni stosujący metodę retoryczną starają się odnaleźć znaczenie, które znajduje się w tekście, w strukturze narracyjnej lub sekwencji wydarzeń. Twierdzą, że we wszystkich tekstach istnieje nierozdzielny związek pomiędzy formą a treścią [...].

Autorzy dokumentu PKB, jakkolwiek doceniają metodę retoryczną, zastrzegają także, że ma ona swoje „granice”, a jej stosowanie wymaga właściwego rozeznania w przypadku każdej z trzech jej odmian: grecko-rzymskiej, hebrajskiej i noworetorycznej, z których żadna nie stanowi niezależnej i wystarczającej metody (Interpretacja 1999: 35).

Wprawdzie określenia „krytyka retoryczna” w kontekście Starego Testamentu używano już po koniec lat 60. XX wieku w odniesieniu do podejścia zaproponowanego przez Jamesa Muilenburga, ale sytuowano je w kręgu *literary criticism* i synchronicznych badań kompozycji tekstu w związku z zawartą w niej argumentacją (Pindel 2012: 41). Stopniowo jego analizę retoryczną zaczęto stosować również do pism nowotestamentowych, ugruntowując tym samym renesans badawczych zainteresowań starożytnymi ujęciami sztuki perswazji. Jakkolwiek dokonania tej szkoły spotkały się z krytyką⁴, to G.A. Kennedy zdecydował się podążać tym tropem, dystansując się zarazem od krytyki literackiej (*new criticism*) jako narzucającej perspektywę widzenia współczesnego czytelnika, a także analiz

³ O metodach egzegezy biblijnej oraz jej zastosowaniach przez polskich autorów zob.: Bartnicki 1996: 309–322; Czerski 2012; Rafiński 1993; Rakocy 1996: 540–545; Szymik 2013: 81–88. Literatura obcojęzyczna na ten temat zob. Kowalski 2016: 614, przypis 8.

⁴ Zob. np. uwagi na temat propozycji Hansa D. Betza i reakcji, jakie wywołała w: Pindel 2012: 42–45. Zob. też Torbus 2006: 11–14.

koncentrujących się wokół problemów formy oraz redakcji tekstu biblijnego. Jego całościowe podejście analityczne było bardziej żmudne i wymagało erudycyjnych podstaw (Morrison b.r.), ale zaowocowało wyczerpującą, wieloaspektową egzegezą różnego rodzaju fragmentów Pisma Świętego, zaprezentowaną najobszerniej w *New Testament Interpretation through Rhetorical Criticism* (1984). Autor skupił uwagę nie tylko na formach epistolarnych, ale również narracyjnych. Koncepcja i pięcioetapowy schemat postępowania badawczego znalazły wielu naśladowców, także modyfikatorów i sceptycznych recenzentów. Z jego użyciem badano wybrane aspekty wypowiedzi biblijnych (antytezy, pytania retoryczne, cytaty, leksykę), spójność dłuższych i krótszych fragmentów ksiąg, próbowano doprecyzować uwarunkowania społeczne ich genezy w kontekście charakterystyki retorycznej. Roman Pindel (2003: 418) wśród popularyzatorów opisywanego modelu wymienia Wilhelma Wuellnera (1987), zaś twórcze, a nawet radykalne podejście do niego przypisuje odpowiednio Andreasowi H. Snymanowi (1988) i Elizabeth Schüssler Fiorenzy (1987). Natomiast Michael Morrison (b.r.) zwraca uwagę na inspiracje Kennedym zawarte w publikacji Duane'a F. Watsona (1988) i krytykę autorstwa Lauriego Thuréna (1990). Lektura *New Testament Interpretation* skłaniała badaczy do podważania tezy autora, że jego metoda opisuje uniwersalne zjawisko perswazji, gdyż czyni to jedynie w ramach grecko-rzymskich zasad retoryki. Dostrzegano również zbyt mechaniczne przenoszenie retoryki odnoszącej się do mów na teksty epistolograficzne, a przede wszystkim wyrażano wątpliwości co do określenia „jednostki retorycznej” (Pindel 2012: 45–46, 91). Pytania budziła także niejasność pewnych pojęć oraz kategorii (Cornellius 2000: 265). W konsekwencji schemat analizy G.A. Kennedy'ego bywał redukowany lub zmieniany, jednak aktualne pozostawały obiekty w kwestii granic badanego tekstu, jego sytuacji retorycznej, celu, sposobu jego osiągania i użytych przez autora narzędzi (Morrison b.r.).

Na polskim gruncie metodę G.A. Kennedy'ego opisywali lub recenzowali m.in. Grzegorz Rafiński (1993), Waldemar Rakocy (1996) i – najbardziej wnikliwie – Roman Pindel (2012). Pierwszy z nich w artykule pt. *Metoda retoryczna we współczesnej biblistyce*, wspominając o G.A. Kennedym jedynie w przypisie, nieściśle scharakteryzował jego propozycję⁵, a raczej wykorzystał ją jako filar dla ogólnego opisu tytułowej kategorii. W. Rakocy i R. Pindel, konfrontując koncepcję amerykańskiego klasycysty z innymi retorycznymi podejściami do badań biblijnych, uznali, że jest ona wartościowa i perspektywistyczna, ale nie można pomijać jej słabości związanych przede wszystkim z problemem

⁵ Wymienia cztery zamiast pięciu etapów analizy (brakuje oceny „skuteczności retorycznej”), przesuwając z pierwszego na drugie miejsce określenie granic „jednostki retorycznej”, w punkcie trzecim pomija nazwy rodzajów mowy, koncentrując się na kategoriach logosu, etosu i patosu, przy czym myli istotę dwóch z nich (Rafiński 1993: 144–145).

adekwatności materiału badawczego. R. Pindel zdecydował się jednak na jej zweryfikowanie na materiale współczesnego przemówienia autorstwa bp. Tadeusza Pieronka (Pindel 2012: 96–112), dochodząc do wniosku, że „[t]ego typu procedowanie [...] okazało się heurystycznie płodne [...]” (Pindel 2012: 112). Inni autorzy analizowali z pomocą omawianej metody np. mowę św. Pawła przed królem Agryppą II (Żółtaszek 2016) lub decydowali się modyfikować schemat analizy, ilustrując własną propozycję przykładami z listów Pawłowych (Kowalski 2016: 631–642).

1.1.4. Materiał badawczy

Jak już zaznaczono, schemat analizy według G.A. Kennedy’ego wydaje się odpowiedni do zastosowania – po koniecznych modyfikacjach – również do publicystyki dziennikarskiej oraz wypowiedzi sytuowanych w tradycyjnej genologii na pograniczu dziennikarstwa i literatury bądź nauki (felieton, reportaż, esej). R. Rubinkiewicz trafnie akcentuje fakt, że punktem wyjścia dla badań retorycznych jest zazwyczaj Arystotelesowski podział na trzy rodzaje mowy: sądowy, doradczy i epideiktyczny (demonstratywny) (Rubinkiewicz 1996: 13–14). Niewątpliwie ich zasadnicze cele (odpowiednio: obrona lub oskarżenie, doradzenie albo odradzenie, pochwała bądź nagana) przypisać można również wypowiedziom publicystów, którzy w swoich wywodach niejednokrotnie skupiają je wszystkie, czyniąc swoją perswazję bardziej złożoną. Zamyśl ten jest wyraźnie widoczny zwłaszcza w takich formach, jak komentarz i artykuł publicystyczny jako rodzajach wypowiedzi priorytetowo ukierunkowanych na wywieranie wpływu przez autora na myślenie oraz postawę odbiorców oparte głównie na intelektualnym porozumieniu. Jakkolwiek publicystyka postrzegana jest jako działanie doraźne, osadzone w danym miejscu i momencie historycznym, bazuje na uniwersalnym założeniu o misji dziennikarstwa. Polega ona na obronie interesu publicznego poprzez oferowanie odbiorcom różnych sposobów rozumienia rzeczywistości, wyjaśnianie genezy i skutków zjawisk oraz procesów, które ich dotyczą, ocenianie zachodzących zmian, śledzenie relacji między władzą a podporządkowanymi jej grupami ludzi. Realizacja tego zadania musi zaś odwoływać się do wartości nieprzemijalnych, zakorzenionych w prawie i etyce, powinna być również oparta na pogłębionym namyśle autora rodzącym się z doświadczenia, obserwacji oraz skojarzeń często odległych od siebie faktów. Publicystyka jest zatem aktem, którego retoryczna analiza, choć prowadzona w kontekście konkretnego audytoryum i czasu, nie może być pozbawiona szerszej perspektywy, uwzględniającej odbiorcę ponadczasowego (Bendrat 2015: 51–52).

Materiał badawczy mogą stanowić przekazy i ich zbiory udostępniane przez różne media w postaci znaków słownych, dźwiękowych i wizualnych. Ważne jest, aby podjąć świadomą decyzję o formie, z jaką badacz będzie miał do czynienia. Internetowe wersje tekstów z prasy drukowanej, podcasty dźwiękowe czy wideo,

będące tylko fragmentami strumienia, jakim jest np. serwis informacyjny, tracą swoje naturalne „otoczenie”, a niekiedy również pierwotne składniki (np. ilustrację do tekstu); tym samym analiza może zostać pozbawiona istotnego kontekstu interpretacyjnego.

Szczególnym problemem może okazać się badanie przekazów o strukturze hipertekstowej, nie tylko zawierających dowolną ilość linków-odsyłaczy, ale i zakładających swobodę poruszania się odbiorcy w obrębie skonstruowanej sieci. Jeśli decyzją twórców poszczególnych jej elementów liczba możliwych połączeń nie jest ograniczona lub pozostaje zbyt duża, badacz musi podjąć arbitralne rozstrzygnięcie o zasięgu analizy.

1.1.5. Sposób analizy

[...] istotą metody retorycznej jest podejście do tekstu z perspektywy trzech podstawowych poziomów: *inventio*, *dispositio*, *elocutio*. Analiza od strony inwencyjnej przynosi odpowiedzi na pytania o temat i cel wypowiedzi, o techniki dowodzenia i argumentacji, o dobór toposów. Z kolei *dispositio* wskazuje na sposób organizacji tekstu, układ argumentów i innych elementów kompozycyjnych. Natomiast obserwacja od strony elokucyjnej (podporządkowanej naczelnym zasadom jasności, zwiezłości i poprawności⁶) wiąże się z rozpoznawaniem stosowanych w tekście figur i tropów, konstrukcji składniowych oraz oceną ogólnej harmonii (spójności) tekstu. Warsztat retoryczny zakłada również skupienie się na interpretacji tekstu pod kątem jego ukierunkowania zarówno na intelekt (*logos*), jak i emocje (*patos*, *etos*). Oprócz tego należy też pamiętać, że retoryka praktyczna uwzględniała zarówno działanie werbalne, jak i pozawerbalne i trzeba mieć to na względzie w przypadku analizy tekstów odsłuchanych (usłysanych) i wtórnie zapisanych (Smoleń-Wawrzusiszyn 2012: 228).

Przytoczone słowa Magdaleny Smoleń-Wawrzusiszyn syntetycznie ujmują wielopoziomowość, a zatem i złożoność retorycznej perspektywy badania tekstów. Koncepcję G.A. Kennedy'ego można moim zdaniem postrzegać jako próbę odpowiedzi na to wyzwanie. Jej teoretyczny fundament stanowią bowiem – obok trzech z pięciu etapów kształtowania mowy retorycznej – zagadnienia związane z triadami celów, funkcji i środków przekonywania, a także rodzajów mowy oraz porządkiem jej elementów składowych, scharakteryzowanymi przez Arystotelesa i skodyfikowanymi w późniejszych podręcznikach retoryki. Tropu te zaś mogą posłużyć do opisu i analizy nie tylko tekstu biblijnego, ale każdego przekazu,

⁶ Autorka wskazuje w tym miejscu na dwie spośród czterech klasycznych zalet wyśłowienia (łac. *quattuor virtutes dicendi*) – pomija stosowność oraz ozdobność. Zwiezłość (łac. *brevitas*) również bywała wymieniana w tym kontekście, m.in. przez Justusa Lipsjusza (zob. Ryczek 2010: 87–88).

którego siłę perswazyjną pragniemy zrozumieć (Rafiński 1993: 144). Przyjrzyjmy się zatem, jakimi krokami podąża amerykański klasycysta⁷ i spróbujmy skonfrontować je z potrzebami współczesnych badań medioznawczych.

1.1.5.1. Określenie granic „jednostki retorycznej”

W przypadku tekstu Pisma Świętego ustalenie delimitacji analizowanego tekstu może nastręczać wielu trudności wynikających z historii jego późniejszych redakcji. Dlatego G.A. Kennedy postuluje posłużenie się terminem „jednostka retoryczna”, w praktyce analitycznej obejmującej np. biblijną księgę, ewangelię lub jakieś ich fragmenty, jeśli stanowią literacką całość. Zawsze należy jednak wziąć pod uwagę, że ta czy inna jednostka osadzona jest w większej całości, mającej własny retoryczny cel (jak np. mowa apostoła wchodząca w skład Dziejów Apostolskich).

Jak już wspomniano, w przypadku przekazów medialnych ustalenie ich granic nie zawsze wymaga specjalnych zabiegów – rozwiązania graficzne stosowane w drukowanej wersji gazety lub na stronie internetowej, dżingle audycji radiowych i telewizyjnych towarzyszące tzw. czołówkom i tyłówkom czy charakterystyczna struktura materiału reporterskiego w serwisie informacyjnym stacji TV (od zapowiedzi ze studia do stand-upu reportera) pozwalają dość precyzyjnie wyznaczyć początek i koniec przekazu. Trudności mogą się pojawić, gdy badacz zamierza wziąć pod uwagę obszerniejszy fragment zawartości danego medium (np. poranne pasmo programów radiowych) czy skorzystać ze streamingu multimedialnego umożliwiającego nieskrępowany wybór tego, co i kiedy chce obejrzeć⁸. Wydaje się, że istotną rolę w określeniu wspomnianych granic powinny odgrywać sygnały delimitacyjne zaplanowane przez samych twórców przekazu, ale także czujność badacza, świadomego wpływu uwarunkowań technicznych na integralność strumienia przekazów. Rolę należy uzasadnić kryteriów, na podstawie których można wyznaczyć punkt początkowy i końcowy danej jednostki, mogłyby odgrywać: specyfika genologiczna, kluczowa funkcjonalność czy wymiar temporalny (czas trwania od – do). Warto także zastanowić się, czy, a jeżeli tak, to dlaczego, badacz może rezygnować z analizowania np. towarzyszącej tekstowi warstwy ikonicznej czy dźwiękowej. Dobrze uzasadnienie takiej decyzji jest potrzebne również ze względu na przeprowadzane później odtwarzanie schematu konstrukcyjnego przekazu. Redukcja nie jest oczywiście możliwa w przypadku form immanentnie wielomodalnych, jak np. reportaż multimedialny. Arbitralność rozstrzygnięć co do granic jednostki analitycznej, choć jej stopień może być różny, jest jednak nie do uniknięcia,

⁷ Pięć etapów analizy wg G.A. Kennedy’ego referuję za: Morrison b.r.; Pindel 2012: 91–96. Zob. ich modyfikację w: Morrison b.r.; Kowalski 2016: 631–642.

⁸ W takim przypadku nie ma możliwości korekty ewentualnych błędów za pośrednictwem retransmisji, mogą pojawiać się zakłócenia, przerwy itp. Zob. Urbanek 2007.

a tym samym nakłada na badającego szczególną odpowiedzialność za rzetelność całej procedury.

Wydaje się, że większy nacisk niż w dotychczasowych badaniach przekazów należy położyć na diagnozę naturalnego kontekstu, tj. otoczenia analizowanego materiału – przekazów bezpośrednio sąsiadujących z nim w czasie lub przestrzeni, z którymi czytelnik również ma duże szanse się zapoznać. Dotyczy to zarówno strumienia emitowanego kanałem radiowym czy telewizyjnym, jak i zadrukowanej powierzchni gazetowej. W uzasadnionych przypadkach należy rozszerzyć obserwację o dalsze sąsiedztwo, np. zapowiedź forszpanową lub okładkową czy pozostałe składniki serii publikacji. W tym punkcie nieuchronnie pojawi się także pytanie o granice, a raczej – powiązania w strukturze hipertekstowej. Przede wszystkim musi zostać podjęta kwestia uzasadnienia takich związków i ich celu, niejednokrotnie bowiem są one wynikiem raczej działań reklamowo-promocyjnych redakcji niż twórczego zamysłu autora.

1.1.5.2. Opis „sytuacji retorycznej” i określenie „retorycznego problemu”

„Opis »sytuacji retorycznej« odpowiada określeniu *Sitz im Leben* metody historyczno-krytycznej. Akcent [...] jest jednak położony na sprecyzowanie okoliczności, które stały się przyczyną sformułowania analizowanej wypowiedzi [...]” – objaśnia R. Pindel, zastrzegając jednocześnie, że część autorów ogranicza się do pozyskania danych z samego badanego tekstu, choć może to prowadzić do błędnych interpretacji (2012: 92–93). M. Morrison (b.r.) podkreśla zaś, że ten etap badania polega na ustaleniu składu i oczekiwań audytorium, nastawienia autora, a także jego możliwości manipulowania potrzebami odbiorców.

Na gruncie analiz medialnych chodziłoby zatem o wskazanie warunków, z powodu których autor mógł uznać za konieczne perswadowanie za pośrednictwem konkretnego przekazu. Ponownie zatem mamy do czynienia z kontekstem, ale tym razem sytuacyjnym, wymagającym od badacza dobrej orientacji w faktach bieżącego życia publicznego oraz towarzyszącego im dyskursu medialnego. W niektórych gatunkach, jak np. komentarz i felieton, wiedza na ten temat wpisana w tekst będzie bowiem szcątkowa, a i autor zwyczajowo oczekuje od czytelnika ogólnej orientacji w omawianym temacie. Badacz nie powinien zatem skupiać się wyłącznie na zawartości przekazu⁹. Ważne jest również uświadomienie sobie, czego w chwili publikacji mogli od autora oczekiwać odbiorcy, np. uporządkowania

⁹ To podejście odmienne od zaproponowanego przez Marcina Kowalskiego, który modyfikując schemat G.A. Kennedy’ego, usytuował identyfikację sytuacji retorycznej dopiero na czwartym miejscu i zastrzegł: „[...] to nie całościowa historyczna rekonstrukcja pozycji adresata i odbiorców, lecz raczej jej odzwierciedlenie w tekście. [...] W badaniu *stasis* [główny problem, z którym mierzy się retor – M.W.] interesuje nas historia, która generuje komunikację, lecz nie szukamy jej poza analizowaną mową, ale w niej samej” (2016: 639–640).

faktów i ocen, jakie pojawiły się w toku trwającego już od jakiegoś czasu konfliktu, zaprezentowania nowych argumentów, przypomnienia, o co w istocie toczy się spór. Tym samym zwraca uwagę na cel dziennikarskich działań. Teoria *artis rhetoricae* pozwala opisać go z pomocą triad: zadań mówcy (pouczyć, poruszyć, zachwycić) i odpowiadających im funkcji retoryki (poznanie, odczuwanie, przeżywanie), jednak przekaz dziennikarski należy widzieć przede wszystkim jako wyraz określonego sposobu postrzegania i interpretowania świata.

Ten etap badania przekazu jest zatem szczególnie istotny, gdyż sytuuje tekst w okolicznościach mogących uzasadniać zainteresowanie nim oraz skłania do zwrócenia uwagi na ewentualne skutki publikacji, która może zapoczątkować szeroką dyskusję.

Z kolei sprecyzowanie „problemu retorycznego” polega według G.A. Kennedy’ego na ustaleniu, co może sprawić, że publiczność nie zaakceptuje też głoszonych przez mówcę¹⁰. Czy są to uprzedzenia wobec niego, zbyt duże oczekiwania, jakie stawia słuchaczom, złożoność samego dyskutowanego zagadnienia lub jego niezgodność z dotychczasowymi przekonaniem słuchaczy, a może niewiarygodność faktów, do których odwołuje się perswadujący? Z należytego uporania się z tym wyzwaniem wynika rodzaj mowy (sądowy, doradczy, popisowy), jakim posłuży się autor. Z punktu widzenia dziennikarza problem retoryczny może być podobny, a namysł nad nim jest okazją do przypomnienia sobie, że uprawianie publicystyki nie powinno jedynie polegać na dzieleniu się z czytelnikami własnymi sądami i opiniami; jest to przede wszystkim dążenie do ich „zaszczepienia” innym, do skłonienia odbiorców, by przyjęli je za własne, bo właściwie zaspokajają ich potrzeby, w szczególności potrzebę rozumienia i prawdy.

Omawiany etap badania odpowiada tradycyjnemu w retoryce ustaleniu stanu (statusu) sprawy, czyli rozpoznaniu przez mówcę, co będzie udowodniane w wystąpieniu, zaś podczas analizy cudzego tekstu – co stanowi „materię sporną” i jakie stanowiska można wobec niej zająć.

1.1.5.3. Określenie rodzaju mowy

Wspominany już wybór rodzaju mowy i w związku z tym zadania, jakiego podejmuje się autor (obrona/oskarżenie, doradzenie/odradzenie, pochwała/nagana), nie ma bezpośredniego przełożenia na przekazy dziennikarskie. Publicyści zazwy-

¹⁰ R. Pindel najpierw określa ogólnikowo poszukiwanie „problemu retorycznego” jako „sprecyzowanie, jaka jest istota dyskutowanego problemu”, zaś w kontekście analizowanej mowy T. Pieronka nazywa je „określeniem stanu zagadnienia i istoty dyskutowanego problemu w podejmowanej sprawie”, precyzując, że „[z]agadnieniem, które jest dyskutowane na przywoływanej przez nas konferencji, jest antysemityzm w Polsce w latach 1989–1999, problem zaś stanowi potrzeba uczynienia rachunku sumienia z zakładanych zaniedbań i win w tej dziedzinie ze strony Kościoła w Polsce” (2012: 93, 99).

czaj swobodnie operują pomiędzy afirmacją i krytyką, w naturalny sposób wchodzą w rolę doradcy czy oskarżyciela, zmieniając je nawet w granicach krótkiego tekstu. Wydaje się zatem zasadne, by w tym punkcie schematu G.A. Kennedy'ego – poza spostrzeżeniami odnoszącymi się do ewentualnej widoczności wspomnianych zadań retorycznych – zaproponować raczej podejście genologiczne, tj. podejmować próbę określenia przynależności gatunkowej przekazu. Jak bowiem zauważa Janina Fras, gatunki mają „[...] status powszechników, przynależących do zasobu pamięci kulturowej danej społeczności [...]” (2013: 105), stanowią zatem pewien wspólny dla nadawcy i odbiorcy zasób wiedzy wykorzystywanej praktycznie w komunikacji zapośredniczonej medialnie, co wiąże się z poziomem posiadanej kompetencji gatunkowej i tekstowej (Ślawska 2019: 42–46). Innymi słowy, zarówno autor, jak i czytelnik wiedzą – w ogólnym zarysie – czego mogą spodziewać się po określonym typie wypowiedzi (Wojtak 2019: 120, 206–207). W odniesieniu do form publicystycznych jest to zawsze jakiś wzorzec wywierania wpływu na odbiorcę poprzez objaśnianie, interpretowanie, ocenianie, polemizowanie, negowanie, afirmowanie oraz oddziaływanie estetyczne i ludyczne. Badawcze ustalenie, z jakim gatunkiem mamy do czynienia, jest podstawą późniejszego szacowania adekwatności wykorzystanych środków do ujawniających się w tekście celów perswazyjnych autora.

Pomocą mogą służyć w tym przypadku wskazówki teoretyków i praktyków poszczególnych gatunków, opisujących aspekt strukturalny wypowiedzi, np. w odniesieniu do artykułu publicystycznego, recenzji czy komentarza (Baczyński, Janicki 2010: 604–606; Chaciński 2010: 542–543; Wojtak 2004: 171–177). Jednak większość form publicystycznych pozwala autorom korzystać z kompozycyjnej swobody, a ściślej – podporządkowywać ją argumentacji oraz zabiegom językowo-stylistycznym.

Analiza genologiczna, która obejmuje spostrzeżenia na temat budowy, treści, celu/ów, funkcji oraz języka badanego przekazu powinna mieć charakter bardziej ogólny, być spojrzeniem globalnym, tak aby nie powielać uwag szczegółowych, zawartych w drugim, czwartym i piątym etapie analizy retorycznej.

1.1.5.4. Badanie zorganizowania materiału i odtworzenie *dispositio*

Ten krok w opisywanej metodzie umożliwia ustalenie, jak poprowadzony jest wywód i uzyskiwany efekt spójnej całości. Sprawdza się, czy można w tekście wskazać części właściwe danemu rodzajowi mowy, jakie są od nich odstępstwa i jak w związku z tym przebiega perswazja, w szczególności – jak wygląda porządek argumentacji, która ma sprostować sytuacji retorycznej¹¹. Odtworzenie struktury powinno być powiązane z badaniem planu inwencyjnego i elokucyjnego

¹¹ R. Pindel zaleca elastyczność w poszukiwaniu poszczególnych części badanego tekstu, by uniknąć arbitralnego ich etykietowania w imię zgodności praktyki z teorią retoryczną (2012: 94).

wypowiedzi, a zatem przynosić odpowiedź na pytanie o „wynalazczość” autor-
skiego zamysłu (która ze sfer – logos, etos czy patos – uznana została za pierwszo-
planową w oddziaływaniu perswazyjnym) oraz środki kompozycyjne, nadające
tekstowi niepowtarzalność i oryginalność stylowo-językową, a także zapewniają-
ce stosowność wobec audytorium oraz okoliczności i celu wystąpienia.

Ze względu na wykraczanie tekstów dziennikarskich poza schematy kon-
strukcyjne właściwe trzem antycznym rodzajom mowy ich analiza na tym etapie
sprowadza się w pierwszej kolejności do ustalenia, jak zbudowany jest przekaz,
czy można wyróżnić w nim części składowe i w jakich relacjach pozostają one
wobec siebie.

Perspektywa inwencyjno-elokucyjna stawia przed badaczem trudny pro-
blem biegłości w ustaleniu oraz rzetelnym opisie toku argumentacyjnego, a także
użytych przez autora tropów i figur retorycznych, których katalog – pochodzą-
cy jeszcze z antyku – jest bardzo rozbudowany¹². Wprawdzie trudno oczekiwać
od publicystów, by dorównywali kunsztem starożytnym artystom wymowy, ale
lista stosowanych przez nich stylistycznych ozdóbników, sztuczek erystycznych
oraz rodzajów argumentów również nie jest krótka. Ważne jest także nieuleganie
przekonaniu, że uprawianie publicystyki ogranicza się wyłącznie do aktywizo-
wania sfery intelektu czytelników – zarówno „granie na emocjach”, jak i zabie-
ganie o uwiarygodnianie się, kreowanie własnego etosu, a nawet zwykle wzbu-
dzanie sympatii nie są dziennikarzom obce. Analiza sposobów perswadowania
powinna zatem obejmować dostrzeganie jednoczesnego odwoływania się do ro-
zumu, woli i uczuć, a także ustalanie, które z rozwiązań w zakresie struktury wy-
powiedzi oraz jej kształtu językowego posłużyły do osiągnięcia celu określonego
w drugim kroku analizy. Ich oceny należy dokonać na ostatnim etapie badania.

1.1.5.5. Ocena „skuteczności retorycznej”

Ten etap badania, jak zauważa R. Pindel (2012: 95), bywa zazwyczaj pomi-
jany w badaniach biblijnych, gdyż pozyskanie danych o efektach perswazyjnych
wśród odbiorców nie jest możliwe. Jest to jednak moment, w którym procedura
badawcza powinna zostać ukazana jako spójna, a jej kroki – jako wzajemnie się
uzasadniające i powiązane, tworzące nie tyle sekwencję, ile obieg cykliczny, gdyż
wychodząc od określenia sytuacji retorycznej, badacz używa go, by ustalić, jak
tekst będzie oddziaływał właśnie w takiej sytuacji.

W przypadku analizy współczesnych przekazów dziennikarskich ocena
skuteczności może być przeprowadzona w rozmaitym zakresie. Badania sonda-
żowe z wykorzystaniem kwestionariuszy ankietowych lub wywiadów pogłębio-

¹² Niezastąpione w tej części analizy są objaśnienia zawarte w odpowiednich roz-
działach opracowań Mirosława Korolki (1998) i Heinricha Lausberga (2002).

nych, przeprowadzone na odpowiednio dużej próbie, wydają się rozwiązaniem kuszącym, ale wymagają dobrze zaprojektowanego narzędzia, które pozwoli na właściwie ukierunkowaną autorefleksję badanych. Powinno ono umożliwić znalezienie odpowiedzi na pytanie o jakość i skalę zmiany, jaka zaszła w świadomości odbiorców pod wpływem przekazu. Na mniejszą skalę, np. na potrzeby prac dyplomowych, można je również wykonać w stosunkowo niewielkich grupach studenckich pozostających poza bezpośrednim kręgiem zainteresowań (studenci kierunków innych niż związane z problematyką badań), z zachowaniem możliwie największej reprezentatywności względem populacji. Wartościowym źródłem dla wnioskowania o skuteczności perswazji badanej publikacji mogą być również listy do redakcji, polemiki, dyskusje, a także komentarze na jej temat, jakie pojawiają się w mediach – w radiu, na forach internetowych, bezpośrednio pod tekstem opublikowanym w Internecie, w mediach społecznościowych (Facebook, Twitter). Należy także zwrócić uwagę na spostrzeżenia zawarte w samym tekście – autor może trafnie przewidywać wątpliwości czytelników, ich niewiedzę w jakimś zakresie, nawiązywać do przekonań, jakie żywią. Te szczegóły świadczą o tym, że dziennikarz wie, z jakim audytorium ma do czynienia i podejmuje odpowiednie działania, co będzie przyczyniać się do skutecznej perswazji (Pindel 2012: 99).

Cennych danych dostarczyć może również obserwacja późniejszych wydarzeń w przestrzeni publicznej, dzięki której odnotuje się, że domysły lub ostrzeżenia autora okazały się (lub nie) słuszne. Dopelnia one opis sytuacji retorycznej.

Ocena skuteczności mogłaby także zawierać uwagi o sposobie zrealizowania publikacji, tj. edycji tekstu, formule audycji radiowej czy telewizyjnej itp., którego rolę można uznać za bliską retorycznemu etapowi *actio*, czyli wygłoszenia mowy. Wskazanie, co wspiera lub przeszkadza w optymalnym odbiorze przekazu, jednocześnie pozostając w gestii nadawcy (choć niekoniecznie autora), wymaga jednak dobrej znajomości zagadnień z zakresu warsztatu dziennikarskiego.

1.1.6. Podsumowanie

Zarówno metoda G.A. Kennedy'ego, jak i zaproponowana jej modyfikacja oferują badaczowi szeroki krąg możliwości analityczno-interpretacyjnych realizowanych w perspektywie triady: autor – dzieło – odbiorca. Ich uniwersalność opiera się na uwzględnieniu trzech lub czterech „części” retoryki, postrzeganiu efektów perswazyjnych w odniesieniu do argumentacji racjonalnej, wolicjonalnej i emocjonalnej, a także wzajemnie się wspierającej analizie treści i formy. Kolejne etapy badania materiału dziennikarskiego obejmują: 1) ustalenie granic i otoczenia badanej jednostki; 2) kontekstowy opis sytuacji retorycznej i przedmiotu perswazji; 3) analizę genologiczną; 4) badanie kompozycji oraz środków przekonywania (argumentacja, tropy i figury retoryczne, sposoby perswazji); 5) ocenę „skuteczności retorycznej”. Ich zrealizowanie daje wszechstronny, pogłębiony ogląd przekazu medialnego, jak również dobre podstawy do jego oceny nie tylko w wąsko rozumianym zakresie,

tj. ograniczonym do argumentacji perswazyjnej¹³. Może być zatem stosowana także w przypadku tekstów o innej niż impresywna nadrzędnej funkcji.

Tak rozumiana metoda retoryczna odznacza się cennym walorem interdyscyplinarności oraz wymaga szerokich kompetencji badawczych.

Literatura

- Baczyński Jerzy, Janicki Mariusz (2010), *Jak chleb z ekstraktem*, [w:] *Biblia dziennikarstwa*, red. A. Skworz, A. Niziołek, Znak, Kraków, s. 599–611.
- Bartnicki Roman (2012), *Ewangelie synoptyczne. Geneza i interpretacja*, wyd. 4 uzup., Wydawnictwo Uniwersytetu Kardynała Stefana Wyszyńskiego, Warszawa.
- Bendrat Anna (2015), *Herbert A. Wichelns o krytyce retorycznej w XX wieku*, „Res Rhetorica”, nr 3, s. 49–52.
- Betz Hans D. (1979), *Galatians. A Commentary on Paul's Letter to the Churches in Galatia*, Fortress Press, Philadelphia.
- Brylska Karolina (2012), *Retoryka oskarżeń. Konflikt ideowy na łamach „Gazety Wyborczej” i „Rzeczpospolitej” w okresie żałoby narodowej po katastrofie smoleńskiej*, [w:] *Retoryka mediów, retoryka w mediach*, red. M. Marcjanik, Oficyna Wydawnicza Aspra-jr, Warszawa, s. 45–66.
- Chaciński Michał (2010), *Recenzja filmowa*, [w:] *Biblia dziennikarstwa*, red. A. Skworz, A. Niziołek, Znak, Kraków, s. 536–545.
- Cornelius Elma M. (2000), *Rhetorical criticism and the hermeneutics of the New Testament*, „In die Skriflig”, nr 34 (2), s. 253–274.
- Czerski Janusz (2012), *Metodologia Nowego Testamentu*, Redakcja Wydawnictw Wydziału Teologicznego Uniwersytetu Opolskiego, Opole.
- Foss Sonja K. (2009), *Rhetorical Criticism: Exploration and Practice*, 4th ed., Waveland, Illinois.
- Fras Janina (2013), *O typologii wypowiedzi medialnych i dziennikarskich*, Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław.
- Gorzkowski Albert (2004), *Bene atque ornate. Twórczość łacińska Jana Kochanowskiego w świetle lektury retorycznej*, Księgarnia Akademicka, Kraków.
- Interpretacja Biblii w Kościele. Dokument Papieskiej Komisji Biblijnej z komentarzem biblistów polskich* (1999), przeł. i red. R. Rubinkiewicz, Vocatio, Warszawa.
- Karwowska Anna (2015), *Retoryka w dyskursie mody*, [w:] *Retoryka w komunikacji specjalistycznej*, red. nauk. M. Załęska, Polskie Towarzystwo Retoryczne, Warszawa, s. 241–261.
- Kennedy George A. (1984), *New Testament Interpretation through Rhetorical Criticism*, The University of North Carolina Press, Chapel Hill–London.
- Korolko Mirosław (1998), *Sztuka retoryki. Przewodnik encyklopedyczny*, wyd. 2 rozszerz., Wiedza Powszechna, Warszawa.

¹³ Za Sonją Foss można bowiem powtórzyć, że środki retoryczne są dla nadawcy nie tylko narzędziem skutecznej perswazji, ale także „zaproszeniem do zrozumienia lub służą po prostu opisaniu rzeczywistości” (2009: 5–6).

- Kowalski Marcin (2016), *Retoryka i socjoretoryka w lekturze tekstów Nowego Testamentu. Cz. 1: Retoryka i nowe podejście do tradycji ustnej*, „The Biblical Annals”, nr 6 (4), s. 611–654.
- Lausberg Heinrich (2002), *Retoryka literacka. Podstawy wiedzy o literaturze*, przekł., oprac. i wstęp A. Gorzkowski, Homini, Bydgoszcz.
- Lewiński Piotr H. (2008), *Retoryka reklamy*, wyd. 2 zm. i uzup., Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław.
- Lichański Jakub Z. (2010), *Retoryka a/i media: próba określenia pól wspólnych*, [w:] *Styl – dyskurs – media*, red. B. Bogolębska, M. Worsowicz, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź, s. 283–395.
- Lorek Piotr (2009), *Retoryka opisów śmierci Heroda Agryppy I*, „Scripta Biblica Et Orientalia”, nr 1, s. 245–258.
- Meynet Roland (1989), *L'analyse rhétorique. Une nouvelle méthode pour comprendre la Bible. Textes fondateurs systématique et expose systématique. Initiations*, Cerf, Paris.
- Meynet Roland (2001), *Wprowadzenie do hebrajskiej retoryki biblijnej*, przekł. T. Kot, WAM, Kraków.
- Modrzejewska Ewa (2012), *Lógos, éthos, pathos w praktyce medialno-politycznej. Środki przekonywania w cytowanych wypowiedziach opozycji*, „Forum Artis Rhetoricae”, nr 2, s. 55–78.
- Morrison Michael (b.r.), *Rhetorical Criticism: History, Purpose, and Method*, <http://www.angelfire.com/md/mdmorrison/nt/rhetorical.htm> [dostęp: 30.08.2019].
- Muilenburg James (1969), *Form criticism and beyond*, „Journal of Biblical Literature”, nr 88, s. 1–18.
- Nadolska-Mętel Ewa (2005), *Metoda retoryczna w badaniach nad dramatem*, „Forum Artis Rhetoricae”, nr 5–6, s. 87–103.
- Pindel Roman (2003), *Nowa retoryka w ujęciu Chaima Perelmana oraz Lucie Olbrechts-Tyteca w kontekście badania tekstu biblijnego*, „Śląskie Studia Historyczno-Teologiczne”, t. 36 (2), s. 414–436.
- Pindel Roman (2012), *Mowy obronne św. Pawła w Dziejach Apostolskich. Analiza retoryczna Dz 24 i 26 w kontekście zastosowania retoryki w biblistyce*, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Papieskiego Jana Pawła II w Krakowie, Kraków.
- Rafiński Grzegorz (1993), *Metoda retoryczna we współczesnej biblistyce*, „Ruch Biblijny i Liturgiczny”, r. 46, z. 3–4, s. 135–148.
- Rakocy Waldemar (1996), *Nowe metody analizy literackiej w egzegezie Nowego Testamentu*, [w:] *Wstęp do Nowego Testamentu*, red. R. Rubinkiewicz, Pallotinum, Poznań, s. 539–557.
- Retoryka w praktyce medialnej* (2017), red. A. Kwiatkowska, M. Sztyber, Koło Naukowe Analiz Medioznawczych, Warszawa.
- Robbins Vernon K. (1996a), *Exploring the Texture of Texts. A Guide to Socio-Rhetorical Interpretation*, Bloomsbury, London.
- Robbins Vernon K. (1996b), *The Tapestry of Early Christian Discourse. Rhetoric, Society and Ideology*, Routledge, London–New York.
- Robbins Vernon K. (2009), *The Invention of Christian Discourse 1*, Eisenbrauns, Winona Lake.
- Rubinkiewicz Ryszard (1996), *Nowe aspekty egzegezy biblijnej w świetle dokumentu Papieskiej Komisji Biblijnej o interpretacji Biblii w Kościele*, „Collectanea Theologica”, t. 66 (1), s. 9–24.

- Ryczek Wojciech (2010), *Justusa Lipsjusza Epistola erudita*, „Terminus”, R. 12, z. 2 (23), s. 79–93.
- Schüssler Fiorenza Elizabeth (1987), *Rhetorical situation and historical reconstruction in 1 Corinthians*, „New Testament Studies”, nr 33, s. 386–403.
- Skulska Joanna K. (2018), *Akt retoryczny jako forma komunikacji publicznej*, „Studia Ekonomiczne. Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach”, nr 376, s. 195–210.
- Smoleń-Wawrzusiszyn Magdalena (2012), *Metodologie językoznawcze a tekst retoryczny. Z doświadczeń analiz historycznej prozy użytkowej*, „Białostockie Archiwum Językowe”, nr 12, s. 225–238.
- Snyman Andreas H. (1988), *Style and the rhetorical situation of Romans 8*, 31–39, „New Testament Studies”, nr 34, s. 218–231.
- Szymik Stefan (2013), *Współczesne modele egzegezy biblijnej*, Wydawnictwo Katolickiego Uniwersytetu Lubelskiego, Lublin.
- Thurén Lauri (1990), *Rhetorical Strategy of 1 Peter with Special Regard to Ambiguous Expressions*, Åbo Academy, Åbo.
- Torbus Sławomir (2006), *Listy św. Pawła w retorycznej kulturze antyku*, „Theologica Wratislaviensia”, t. 1, s. 11–18.
- Urbanek Adam (2007), *Telewizja z kieszeni*, „NetWorld”, nr 7–8, <https://www.computerworld.pl/news/Telewizja-z-kieszeni,321483.html> [dostęp: 16.07.2020].
- Watson Duane F. (1988), *Invention, Arrangement, and Style: Rhetorical Criticism of Jude and 2 Peter*, Scholars Press, Atlanta.
- Wilder Amos N. (1964), *The Language of the Gospel. Early Christian Rhetoric*, New York.
- Wojtak Maria (2004), *Gatunki prasowe*, Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, Lublin.
- Wojtak Maria (2019), *Wprowadzenie do genologii*, Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, Lublin.
- Wuellner Wilhelm (1987), *Where is rhetorical criticism taking us?*, „Catholic Biblical Quarterly”, Vol. 49, No. 3, s. 448–463.
- Żółtaszek Kamil (2016), *Krytyka retoryczna mowy świętego Pawła przed królem Agrypą II (Dz 26)*, [w:] *Wokół oddziaływania tekstu biblijnego*, red. R. Pindel, S. Jędrzejewski, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Papieskiego Jana Pawła II, Kraków, s. 121–138.

1.2. Jarosław Kurski, *Prezydent Obywateli* – analiza retoryczna – *Monika Worsowicz*

<https://doi.org/10.18778/8220-429-2.03>

1.2.1. Cele badania

Celem badania wybranego tekstu prasowego z wykorzystaniem zmodyfikowanego schematu analizy retorycznej George'a A. Kennedy'ego jest opis oraz charakterystyka przekazu medialnego jako wypowiedzi intencjonalnie perswazyjnej. Analiza ma w uporządkowany i logicznie spójny sposób zaprezentować, w jaki sposób struktura, argumentacja oraz kształt językowo-stylistyczny tekstu zostały wykorzystane do realizacji zamiaru autora. Zgodnie z założeniami teoretycznymi metody celem badania jest również pokazanie, jak na analizowany tekst wpłynęły okoliczności swojego powstania, a także jakie skutki wywołała jego publikacja.

1.2.2. Uzasadnienie wyboru tematu

Wybrany tekst – ze względu na miejsce publikacji, osobę autora oraz moment zaistnienia w przestrzeni medialnej – stał się istotnym głosem w trwającej debacie politycznej. Na tle innych publikacji odnoszących się do ważnego problemu społecznego, jakim są wybory na urząd prezydenta Rzeczypospolitej Polskiej, jest interesującym przykładem wypowiedzi wysoko zretoryzowanej o nadrzędnym celu doradczym.

Ze względu na krótki okres, jaki upłynął od daty publikacji do badania, niniejsza analiza pozostaje najprawdopodobniej pierwszym tego rodzaju opracowaniem.

1.2.3. Materiał

Przedmiotem badania jest artykuł Jarosława Kurskiego pt. *Prezydent Obywateli*, opublikowany na łamach „Gazety Wyborczej” w początkach listopada 2019 roku, który był kolejnym przykładem angażowania się redakcji opiniotwórczego dziennika w żywą ówczesnie dyskusję na temat kandydatur w planowanych w 2020 roku wyborach prezydenckich w Polsce. Z tego względu można było oczekiwać, że autor nada swojej wypowiedzi walor perswazyjny, a w celu przekonania czytelników wykorzysta różnorodne środki i sposoby argumentacji. W takim przypadku analiza retoryczna wydaje się najbardziej adekwatną metodą badawczą.

1.2.4. Analiza

Zgodnie z ustaloną procedurą analiza obejmować będzie pięć etapów.

1.2.4.1. Ustalenie granic i otoczenia badanej jednostki

Artykuł J. Kurskiego jest jednokolumnową publikacją opatrzoną nagłówkiem z nadtytułem oraz niedużym (ok. 1/6 wysokości strony) kolorowym zdjęciem frontu pałacu prezydenckiego przy Krakowskim Przedmieściu w Warszawie. Fotografia rozciągająca się na całą szerokość tekstu oddziela część nagłówkową od jego korpusu. Zgodnie z aktualnie obowiązującym w dzienniku layoutem artykuł oznaczony jest wyraźnie imieniem i nazwiskiem autora, usytuowanymi wzdłuż lewego skrajnego łamu, rysunkową podobizną J. Kurskiego zamieszczoną bezpośrednio ponad pierwszym akapitem oraz trzydziściowym wymkiem ulokowanym nieco poniżej środka kolumny. Ten ostatni element wyróżnia także inny kolor fontu. W rozplanowaniu korpusu zwraca uwagę ostatni z czterech łamów, w którym kolejne akapity rozdzielone są większym światłem i przyciągają wzrok czytelnika jako samodzielne całości.

Prezydent Obywateli został opublikowany na drugiej stronie gazety, a zatem w miejscu tradycyjnie przeznaczanym na bieżące opinie, sygnowanym winietą „Z drugiej strony” (fot. 1). To nietypowe rozwiązanie, gdyż standardowo mieści się tu jeden komentarz oraz 2–3 inne formy o podobnej funkcji (infografia, cytat, komentarz rysunkowy), a także zapowiedzi materiałów z kolejnych wydań (Wojtak 2019: 212–214). Wykorzystanie *edit page* jednoznacznie sugeruje, jaką rolę redakcja wyznaczyła tekstowi J. Kurskiego.



Fot. 1. Tekst Jarosława Kurskiego *Prezydent Obywateli* na drugiej stronie drukowanego wydania „Gazety Wyborczej”

Źródło: „Gazeta Wyborcza” (9–11.11.2020).

Jeszcze silniej znaczenie analizowanego artykułu uświadamia czytelnikom kolumna poprzedzająca, czyli jedyńka (fot. 2). Jej projekt podporządkowany został właśnie zapowiedzi *Prezydenta Obywateli*. Utrzymany w biało-czerwonej kolorystyce, atrakcyjnie prezentuje szklaną klepsydę, której górną część zamiast piasku wypełniają trzy charakterystyczne wizerunki orła z polskiego godła, zaś dolną – sypiący się szary piasek. Klepsydra stoi na rozciągającej się po horyzont, szarej, jałowej ziemi. Ponad nią, za naczyniem, widać jasny pas zachmurzonego nieba, który stopniowo przechodzi ku górze w czerwono-czarne kłębowisko chmur. Na grafice, poza logiem „Gazety Wyborczej”, znajdują się również trzy teksty wydrukowane fontem różnej wielkości: „Czas ucieka. Ostatnia szansa na solidarność”¹⁴ (krój pisma średniej wielkości, wersalikowy, biały), „Prezydent nas wszystkich” (font największy, wersalikowy, czarny) i „Nie PiS-u, nie KO, nie PSL-u, nie Lewicy” (krój najmniejszy, tekstowy, biały; zajawka z odsyłaczem na stronę 2). Ponad grafiką zamieszczono pięć zajawek do publikacji wewnątrz numeru i w dodatkach – trzy graficzno-tekstowe oraz dwie tekstowe, z których jedna zapowiada wywiad z Donaldem Tuskiem „Tusk wybiera prezydenta”.



Fot. 2. Jedyńka „Gazety Wyborczej” zapowiadająca tekst
Jarosława Kurskiego *Prezydent Obywateli*

Źródło: „Gazeta Wyborcza” 9–11.11.2019; <https://www.press.pl/jedynki/pokaz/3/2019-11-09> [dostęp: 14.02.2020].

¹⁴ Ze względu na użycie wersalików nie można wykluczyć, że słowo „solidarność” mogłoby zostać napisane wielką literą, jednak kontekst publikacji na to nie wskazuje.

Tekst J. Kurskiego jest zatem tematem okładowym weekendowego wydania dziennika, a tym samym stanowi jego najważniejszą publikację. Na stronie trzeciej sąsiaduje z nim reklama odzieży i sprzętu sportowego, której kolorystyka z przewagą intensywnie żółtej barwy oraz elementów graficznych mocno kontrastuje ze stonowanym wybarwieniem niemal wyłącznie tekstowej drugiej kolumny.

Edytorskie opracowanie *Prezydenta Obywateli* jest odpowiednie nie tylko pod względem znaczenia tekstu dla redakcji uczestniczącej w aktualnym dyskursie politycznym, ale także dla wymowy samego tekstu. Ulokowanie w strukturze numeru oraz zwracający uwagę oryginalny projekt graficzny jedyinki zapowiadający publikację nadają jej rangę i kreują nastrój powagi, jaki powinien towarzyszyć czytelnikowi podczas lektury. Niewyszukana fotografia skłania do ukierunkowania uwagi na treść – w szczególności wyróżniający się wielkością i kolorem wyimek, a także wspomniany fragment końcowy. Wizualne oraz hierarchiczne uporządkowanie całości stanowią dobrą zachętę do czytania, podobnie jak niezbyt duża objętość publikacji.

1.2.4.2. Kontekstowy opis sytuacji retorycznej i przedmiotu perswazji

Tekst J. Kurskiego ukazał się w wydaniu na przedłużony weekend 9–11 listopada, niemal równo miesiąc po elekcji parlamentarnej, której wyniki pozwoliły kontynuować rządy Zjednoczonej Prawicy¹⁵ na czele z ugrupowaniem Prawo i Sprawiedliwość. Odnosił się bezpośrednio do zaplanowanego na wiosnę przyszłego roku i kończącego dwuletni cykl wyborczy głosowania na prezydenta RP. Czytelnicy mieli okazję zapoznać się z publikacją w dniach poprzedzających Święto Niepodległości (11.11) oraz pierwsze posiedzenia sejmu IX kadencji i senatu X kadencji (12.11), czyli w okresie szczególnej koncentracji uwagi mediów na wydarzeniach bieżącego życia politycznego oraz jego długofalowego znaczenia dla obywateli i państwa. Temperaturę ówczesnych dyskusji podnosił fakt uzyskania większości w izbie wyższej przez przedstawicieli opozycji oraz senatorów niezależnych, co – jak powszechnie przyznawano – wprawdzie nie odbierało możliwości sprawowania władzy wykonawczej i ustawodawczej koalicji rządzącej, ale miało istotnie ograniczać dotychczasową swobodę i tempo jej prac.

Rozstrzygnięcie wyborcze na krótko obniżyło społeczne napięcie generowane przez długotrwały ostry konflikt polityczny na różnych szczeblach władzy. Nowe rozwiązania, m.in. w zakresie edukacji, systemu emerytalnego czy sądownictwa, forsowane przez ekipy Beaty Szydło i Mateusza Morawieckiego, a także głośne afery (Długosz 2019) spotykały się z nieustającą krytyką głów-

¹⁵ W przestrzeni publicznej zwyczajowo nazwa ta używana jest do oznaczenia koalicji Prawa i Sprawiedliwości, Polski Razem/Porozumienia, Solidarnej Polski i Partii Republikańskiej.

nie kręgów opozycyjnych, ta zaś – z równie stanowczą obroną zwolenników tzw. dobrej zmiany. Bardzo agresywny język publicznych dyskusji oraz komentarzy towarzyszył również pogłębiającej się polaryzacji środowiska dziennikarskiego, w którym konflikty personalne i ideologiczne coraz częściej przekładały się na ocenę profesjonalizmu.

W momencie publikacji tekstu J. Kurskiego było wiadomo, że o stanowisko głowy państwa ubiegać się będzie urzędujący prezydent Andrzej Duda¹⁶. Trwały również dyskusje o wyłonieniu wspólnego reprezentanta opozycji, komplikowane dodatkowo przedłużającymi się rozmowami o trybie i terminie wyboru nowych władz w Platformie Obywatelskiej – największej partii opozycyjnej. Zakończyły się natomiast spekulacje co do decyzji Donalda Tuska, byłego lidera PO i kończącego kadencję przewodniczącego Rady Europejskiej, który poinformował o niekandydowaniu w elekcji prezydenckiej (Tusk: nie będę 2019). Były premier, choć od 2014 roku nieaktywny bezpośrednio w polityce krajowej, zachował istotny wpływ na opinię publiczną i był brany pod uwagę jako poważny rywal A. Dudy. Jego rezygnacja nie tylko otworzyła pole do spekulacji o rosnących szansach innych potencjalnych kandydatów, ale także wymusiła na sprzyjających mu środowiskach rozważenie innego ułożenia poparcia (Janicki 2019).

Jednym z podmiotów, które stanęły wobec tego wyzwania, była redakcja „Gazety Wyborczej” – największego dziennika od lat konsekwentnie krytykującego rząd Zjednoczonej Prawicy i osobiście A. Dudę. Omawiana publikacja stała się czytelną, choć niejednoznaczną propozycją wysunięcia kandydata, który reprezentowałby wartości i ideały, jakim zdaniem autora urzędujący prezydent nie pozostaje wierny, a których należy od niego wymagać. Znaczący jest także fakt, że została ona złożona piórem pierwszego zastępcy redaktora naczelnego i może być traktowana jako stanowisko zespołu redakcyjnego. Czytelnicy i komentatorzy uzyskiwali zatem ważną i potrzebną wskazówkę, a zarazem wymowną refleksję na temat stawki nadchodzących wyborów. Determinacja J. Kurskiego przejawiała się głównie w użytej argumentacji i leksyce, ale również w poetyce apelu, nieobcej publicystycznym formom wypowiedzi, w tym komentarzom. *Prezydent Obywateli* stał się wyrazem sposobu pojmowania misji zawodu dziennikarskiego – zaangażowanego w ważne sprawy publiczne, proponującego określoną wizję rzeczywistości i interpretację zjawisk, a także podtrzymującego dialog z odbiorcami przekazów.

¹⁶ Formalnie decyzję ogłosił dopiero 5.02.2020 roku (zob. Andrzej Duda 2020), ale była ona niemal pewna od jesieni 2019 roku i głośnego wywiadu prezesa PiS Jarosława Kaczyńskiego dla „Super Expressu”, w którym powiedział on m.in.: „[Duda] Odnosi sukcesy, które bardzo sobie cenimy. Byłoby z naszej strony wielce nieroztropne i nierozsądne, gdybyśmy chcieli szukać innego kandydata. Jest świetny układ: mamy prezydenta, który się sprawdza, mamy premiera, który się aż nadto sprawdza i idźmy dalej w ten sposób” (Szewczyk 2019).

„Problemem retorycznym”, na który natknął się J. Kurski, było przekonanie czytelników, że dyskusja o możliwie najlepszym kontrkandydacie A. Dudy ma sens, nawet w obliczu dezorganizacji opozycji, frustracji jej sympatyków i ogólnego zniechęcenia obywateli konfliktami w życiu publicznym. Jest ona wręcz niezbędna, by wyścig wyborczy nie zakończył się przed czasem. Zarazem autor swój apel zamieszczony w „Gazecie Wyborczej” kierował do odbiorców bliskich mu ideowo, nie do zwolenników urzędującego prezydenta, a zatem jego wystąpienie miało charakter przede wszystkim mobilizujący i było ukierunkowane na przypomnienie, co symbolizuje urząd prezydenta RP oraz jakim ideałom powinna służyć sprawująca go osoba. W ten sposób J. Kurski próbował przełamać kanon myślenia o prezydencie jako nominacie partyjnym i ożywić przekonanie, że rola obywateli w procesie elekcji nie ogranicza się jedynie do wrzucenia do urny kartki wyborczej. Wymagania, jakie stawiał czytelnikom tekstu, były zatem wysokie, wiązały się ponadto z zawierzeniem, że autor nie jest reprezentantem strony opozycyjnej, lecz takim samym jak oni zatroskanym obywatelem, działającym w imię wspólnego dobra i wykorzystującym do tego celu siłę oddziaływania medium prasowego.

1.2.4.3. Analiza genologiczna¹⁷

Prezydent Obywateli jest realizacją jednego z gatunków publicystycznych, wyróżnia się zatem ważnością i aktualnością tematu, ekspozycją autorskiego punktu widzenia opartego na określonym światopoglądzie i aksjologii, jednak nieprzekraczającą granicy ideologizacji, kompozycją podporządkowaną zasadniczemu celowi perswazji, a także językiem odbiegającym od kanonu informacji (Baczyński, Janicki 2010: 604–605; Kasiak 2015: 86–87). Jakkolwiek opublikowany na stronie komentarzy, mieści się w formule artykułu publicystycznego (Kasiak 2016: 192–195; Kula 2013: 49) – przede wszystkim ze względu na większą objętość, charakterystyczną trójdzielną strukturę i rozbudowany tok wywodu. Również warstwa stylistyczno-językowa jest dopracowana w stopniu niespotykanym w tradycyjnych komentarzach.

Badany tekst można zarazem zakwalifikować do retorycznego rodzaju doradczego, głównie z powodu złożonej w nim i uzasadnionej propozycji rozwiązania aktualnego problemu, istotnego dla dużego grona odbiorców. To spostrzeżenie skłania do wzięcia pod uwagę, że tekst J. Kurskiego spełnia również charakterystyczne wymogi artykułu redakcyjnego. Taka okazjonalna publikacja, zamieszczana w eksponowanym miejscu (często na jedyńce), zwykle podpisana nazwą redakcji lub nazwiskiem redaktora naczelnego, służy dobitnemu wyrażeniu sta-

¹⁷ Podczas jej przeprowadzania korzystam z narzędzia opracowanego przez Marię Wojtak (2014; 2019: 115–116, 207–209), opartego na uwzględnianiu czterech aspektów: strukturalnego, poznawczego, pragmatycznego i stylistycznego.

nowiska zespołu ludzi (wyrażanego użyciem formy 1 osoby liczby mnogiej czasowników), zaświadcza o ich przekonaniach, a także wyznawanych wartościach, często zawiera ostrzeżenia przed zagrożeniem najcenniejszych dóbr społecznych i jest wezwaniem do wspólnego działania w ich obronie (Kozieł 2002: 119). Inspiracją dla jej powstania są ważne i wywołujące konflikty społeczne aktualne wydarzenia, co do których redakcja czuje się w obowiązku zabrać głos i wyrazić opinię¹⁸. W przypadku *Prezydenta Obywateli* tok argumentacyjny przeważa nad manifestacyjnym charakterem autorskiego wystąpienia, widoczna jest również bardziej złożona struktura, w granicach której wykorzystana została klasyczna triada typowa dla budowy wypowiedzi perswazyjnej: teza – argumenty – wniośki. Z tych względów tekst J. Kurskiego należy uznać za bliższy formie artykułu publicystycznego niż redakcyjnego.

Nie chcąc uprzedzać spostrzeżeń, które zostaną zawarte w kolejnej części analizy, w tym miejscu poczynię kilka uwag ogólnych natury genologicznej.

Analizowana publikacja w wersji drukowanej pozbawiona jest lidu¹⁹ – początku niezbędnego ze względów strukturalnych i edytorskich w tekstach co najmniej średniej długości. To złamanie zasady obowiązującej w artykułach publicystycznych, respektowanej zazwyczaj w artykułach redakcyjnych, często zaś nieprzestrzeganej w komentarzach. Nagłówkowi towarzyszy zaś nadtytuł o wyraźniej perswazyjnym wydźwięku. Bez znajomości kulisów powstawania publikacji nie sposób jednak wskazać przyczyn zastosowania takich rozwiązań dla początkowej partii tekstu. Być może powodem rezygnacji z lidu jest mocna, oceniająca wymowa pierwszego zdania korpusu tekstu.

W zgodzie ze standardami edytowania obszerniejszej publikacji pozostaje zaś zastosowanie wyimka – jego przykuwająca uwagę treść, zakończona apelem, niewątpliwie skłania do zapoznania się z całą zawartością publikacji.

Wspomniana złożona struktura *Prezydenta Obywateli* jest wprawdzie oparta na postawieniu tezy, argumentowaniu prowadzącym do sformułowania konkluzji i samego wniosku, jednak jej składniki ulegają modyfikacji. Autor zderza czytelnika ze swoją jednoznaczną oceną już w pierwszym zdaniu, nie przygotowując go na jej przyjęcie żadnym wprowadzeniem w temat. To zabieg często stosowany w komentarzach. Dopiero następujące po niej autorskie przewidywania

¹⁸ Na łamach „Gazety Wyborczej” artykuły redakcyjne ukazały się m.in. w związku z konfliktem wokół miejsca pochówku pary prezydenckiej w 2010 roku i „czarnym protestem” kobiet w 2016 roku.

¹⁹ Interesująco wygląda ten szczegół w wersji *on-line*. Lid się pojawia i tworzą go dwa zdania: „Znamy kandydata dla 36 mln Polaków. Bezstronnego prezydenta wszystkich obywateli”, z których pierwsze funkcjonuje w wersji drukowanej tekstu jako nadtytuł. Internautom redaktorzy zaproponowali również inny, bardziej perswazyjny nagłówek: *Nie zasługujemy na prezydenta wymyślnego w dymie cygar. Wyłoiny własnego*, który z kolei tworzą zdania wykorzystane w drukowanym wyimku. Zob. Kurski 2019b.

na temat przyszłości, połączone z ostrzeganiem, otwierają możliwość postawienia zasadniczej tezy artykułu. Część argumentacyjna, której zrozumienie wymaga dobrej orientacji w wydarzeniach życia politycznego kilku ostatnich lat, podzielona jest na trzy ogniwa i retorycznie delimitowana krótkimi, silnie ekspresyjnymi tranzycjami. Odmienny charakter argumentów (diagnoza sytuacji, ocena personalna, autodeskrypcja z użyciem „my” inkluzywnego) czyni tę część tekstu kompozycyjnie i interpretacyjnie najtrudniejszą, ale mieści się w granicach wymagań stawianych artykułom publicystycznym. W zakończeniu natomiast autor istotnie wykroczył poza standardy. Nie ogranicza się bowiem do prostego sformułowania wniosku z ewentualnym wzmacniającym jego wymowę podsumowaniem rozważań. J. Kurski stawia w konkluzji propozycję konkretnego działania, jednak pozbawia ją zasadniczego szczegółu, czyniąc tym samym swoistą zagadką dla czytelnika. Pomocą w jej rozwiązaniu jest obszerne retoryczne wyliczenie zamykające publikację. Takie zakończenie niewątpliwie nadaje artykułowi walor oryginalności.

W aspekcie poznawczym omawiana publikacja mieści się całkowicie w obszarze publicystyki społeczno-politycznej, realizowanej w formie komentarzy i artykułów. Przeznaczona jest dla czytelników zainteresowanych tymi zagadnieniami, dobrze orientujących się w wydarzeniach aktualnego życia publicznego w Polsce.

Przyjrzenie się pragmatyce tekstu pozwala dostrzec złożoność relacji nadawczo-odbiorczych, będącą głównie wynikiem gry między autorskim „ja”, „my” i „oni”. Wspomniane wyżej powinowactwo z artykułem redakcyjnym nakazuje wziąć pod uwagę również dualizm desygnatu „my”, obejmującego bądź ogół obywateli Polski, bądź zespół redakcyjny „Gazety Wyborczej”. Ta gra pozwala na dynamiczną zmianę ról – nadawca wciela się w proroka, krytycznego obserwatora, rozczarowanego wyborcę, oskarżyciela, zdeterminowanego doradcę. Odbiorca zaś jest nie tylko obiektem perswazji, ale i – w pierwszej kolejności – partnerem współuczestniczącym w procesie diagnozowania rzeczywistości, której obraz wyłania się z tekstu. Ma również stać się tym, kto zrozumie powagę chwili oraz konieczność określonego działania – myślącym, zaangażowanym czytelnikiem.

Genologiczne spojrzenie na stylistykę analizowanej publikacji niemal całkowicie pokrywa się z opisanym dalej ujęciem retorycznym. W tym miejscu warto zaznaczyć jedynie, że naukowo-intelektualny charakter artykułu publicystycznego w tym przypadku został zrównoważony zwracającą uwagę stylistyką. Jest ona oparta na funkcjonalnym zróżnicowaniu składniowym, licznych epitetach i rozmaitości użytych środków stylistycznych pozwalających także na zaangażowanie emocji, zarówno przez autora, jak i czytelnika. Nie można jednak stwierdzić, że kształt stylistyczny *Prezydenta Obywateli* wykracza daleko poza normy publicystyczne, zbliżając się do oryginalności utworów z pogranicza literatury (Baczyński, Janicki 2010: 606). Wydaje się on raczej udanym połączeniem logiczności wywodu publicysty z wyrazistością językową autora artykułu redakcyjnego.

1.2.4.4. Badanie kompozycji oraz środków przekonywania

Jak już wspomniano, tekst J. Kurskiego może nieco zaskoczyć czytelnika niestandardowym otwarciem. Nagłówek jest wprawdzie typową dwuwyzrazową frazą nominalną, ale zapis wielką literą drugiego członu sugeruje nadawanie ogółowi obywateli szczególnego znaczenia. Naturalne skojarzenie z nazwą państwa, na czele którego stoi wskazany w tytule przedstawiciel władzy (prezydent Polski, prezydent Rzeczypospolitej Polskiej), utożsamia obywateli z Polską analogicznie do parafrazy znanego powiedzenia przypisywanego Ludwikowi XIV: „państwo to my”. Obywatele stają się zatem najważniejszym punktem odniesienia i wyznacznikiem wymagań stawianych kandydatowi na urząd prezydenta. Sam nagłówek nie wskazuje wprawdzie, w jakim kierunku pobiegnie autorska perswazja (prezydent powinien być strażnikiem praw obywateli? wyrazicielem ich woli? czy banalne – prezydenta wybierają obywatele?), ale ujawnia to dobrze widoczny na stronie wyimek, który zapewne przyciągnie wzrok czytelnika tuż po tytule. Treściowo stanowi on modyfikację dwóch zdań wyjętych z tekstu uzupełnionych krótkim apelem w postaci rozkaznika: „Nie zasługujemy na kandydata wymyślonego w dymie cygar. Średniego kandydata średnich polityków uśrednionych interesów partyjnych koterii. Wyłóżmy własnego”²⁰. Ów apel jest zdaniem oryginalnym, stworzonym na potrzeby syntetycznego komunikatu zawartego w wyimku. Wraz z atrakcyjną, przemawiającą do wyobraźni metaforą o kandydacie wymyślonym „w dymie cygar”²¹ i poliptotą wskazującą, że „średni” kandydat jest w istocie zły lub nieodpowiedni uświadamia czytelnikowi, że czeka go lektura tekstu o przesłaniu mobilizującym do czynu.

Pierwsze zdanie korpusu zmienia punkt widzenia rozważanego przez autora problemu, a zarazem ukonkretnia go i narzuca odbiorcy opinię dzięki wykorzystaniu zdania wynikowego: „Jeśli Andrzej Duda ponownie zostałby prezydentem, los polskiej demokracji zostanie przesądzony na długie lata”. Następujące po nim uzasadnienie łączy przewidywanie z diagnozą obecnej sytuacji, silniej oddziałuje zatem na emocje niż na intelekt czytelnika. Ma wywołać lęk przed groźną przyszłością, przed której nadejściem trzeba bronić się już teraz, gdyż „[z]a cztery lata nie będzie już czego naprawiać. Będziemy już republiką banasiową”. Pejoratywne

²⁰ Wszystkie cytaty z analizowanego tekstu za: Kurski 2019c.

²¹ W korpusie stosowne fragmenty brzmią następująco: „Partie radzą. Kandydaci na kandydatów prężą muskuły. [...] W dymie z cygar rządzą faceci z piątego piętra [...]”; „Ci wszyscy dzielni ludzie nie zasługują na kandydata wymyślonego na piątym piętrze. Średniego kandydata średnich polityków uśrednionych interesów partyjnych frakcji i koterii”. „Dym z cygar” i „piąte piętro” to wyrażenia, jakich użyły autorki publikacji na temat blokowania działań oficjalnego sztabu wyborczego Platformy Obywatelskiej przez wpływowych działaczy partyjnych na czele z Grzegorzem Schetyną podczas trwania kampanii przed wyborami parlamentarnymi 2019 roku (Kublik, Szpala 2019).

nacechowanie eponimu jest wynikiem nie tylko skojarzenia z frazą „republika bananowa”, ale również obszernej enumeracji w tym samym akapicie, która hasłowo wymienia przykłady „postępującej ekspresowo” destrukcji demokratycznego ładu państwa (w wymiarze sprawiedliwości, Trybunale Konstytucyjnym, mediach, armii, polityce zagranicznej, obyczaju parlamentarnym, instytucjach państwa, gospodarce, administracji). „Republika banasiowa” staje się symbolem zawłaszczenia państwa przez partyjną oligarchię.

Taką ekspozycję (Baczyński, Janicki 2010: 605) kończy mocny perswazyjnie akcent – sformułowanie głównej tezy tekstu: „Wybory w 2020 roku będą więc o to, czy Polska pozostanie Polską, czy może stanie się Węgrami, które upodabniają się do putinowskiej Rosji”. Autor sięga po popularne, negatywnie nacechowane skojarzenia choronimiczne, a zarazem kończy rozumowanie, zgodnie z którym ponowny wybór A. Dudy na prezydenta oznacza, że Polska definitywnie przestanie być krajem takim jak dotychczas, tj. demokratycznym. Fraza o Polsce pozostającej Polską wskazuje, że dla J. Kurskiego Polska nie może być żadnym innym krajem niż tylko demokratycznym.

Zasadniczą część *Prezydenta Obywateli* zawiera argumentację odnoszącą się do trzech treściowo odmiennych wątków: aktualnej sytuacji politycznej, oceny prezydentury A. Dudy oraz przypomnienia działań tych, którzy już wcześniej sprzeciwiali się destrukcji polskiej demokracji. Współtworzą one szeroką perspektywę oglądu, pozwalają zatem dotrzeć do czytelników mających różną orientację w bieżącym życiu publicznym, ale także wymagają od autora odmiennych strategii perswazyjnych.

W pierwszym fragmencie J. Kurski koncentruje się na opisie aktywności urzędującego prezydenta, którą kontrastuje z biernością strony opozycyjnej. Sięga przy tym po ironię, a nawet szyderstwo wzmacniające negatywną ocenę postaci, o których mowa:

Prezydent Duda to zdyscyplinowany człowiek partii. Wielu rzeczy może i nie rozumie, ale to, że bycie głową państwa jest fajne, to i owszem. [...] Biega po pustym jeszcze boisku, gra do pustej bramki, ale punkty już nabija. Trybuny ma pełne, czasu nie marnuje.

Po drugiej stronie jest za to wielkie NIC. Grubą czcionką pisze się scenariusz katastrofy. Partie radzą. Kandydaci na kandydatów prężą mięśnie. [...] W dymie z cygar rządzą faceci z piątego piętra, którzy – jak Duda – też są z siebie bardzo zadowoleni. Cenią się i lubią to, co robią, tyle że przerznęli właśnie czwarty z kolei mecz i dziarsko kroczą po piątą klęskę. Władzy w partii nie oddadzą. Trwa, jak mawiał Kisielewski, „urządzanie się w dupie”.

Antytetyczność tych obrazów nie polega jednak na prostym zestawieniu pozytywnego i negatywnego zachowania, połączonym sportową metaforą. Działalność A. Dudy w trwającej jeszcze kadencji przedstawiona jest bowiem jako nieustanna walka o przyszłych wyborców, w dodatku prowadzona na koszt

państwa, czyli także tych, którzy go nie popierają. Na takim tle środowiska opozycyjne (a właściwie symbolizująca je Platforma Obywatelska) jawią się jako nie tylko pogrążone w jałowych sporach, ale przede wszystkim jako koterie mające za nic dobro obywateli i państwa. Kontrastowe zestawienie służy zatem amplifikacji – wyolbrzymieniu win, jakie zdaniem autora ciążyą na tych, którzy powinni jako pierwsi wziąć na siebie ciężar walki o prezydenturę.

Poczucie gorzkiego zawodu J. Kurski wzmacnia negatywnie nacechowanymi leksemami i wyrażoną potocznym językiem przenośnią sportową, obrazującą skalę nieudolności kierownictwa opozycji: *katastrofa, bezhołowie, rozgardiasz*, „przerznięli właśnie czwarty z kolei mecz i dziarsko kroczą po piątą klęskę”. Ten dosadny język zyskuje swoją kulminację w podsumowującej opisaną postawę trawestacji *bon motu* zaczerpniętego od znanego felietonisty: „Trwa, jak mawiał Kisielewski, »urządzanie się w dupie«”²². Jest także sygnałem silnych uczuć, którym autor daje wyraz w kolejnym akapicie – jednym z dwóch stanowiących przejście między pierwszym i drugim fragmentem części argumentacyjnej. Ta poprzedzona złorzeczeniem retoryczna licencja („Do diabła z wami wszystkimi. My, obywatele, nie chcemy tego, co było. Dość kolejnych zmarnowanych lat”) pełni funkcję wspólnej deklaracji, składanej również w imieniu czytelników. „My” inkluzywne, użyte już po raz trzeci w tekście²³, w tym miejscu oddziałuje szczególnie silnie. Nie pozostawia odbiorcy możliwości „wyłączenia się” z wykreowanej wspólnoty, gdyż osadzone jest w perswazji emocjonalnej, wyrosłej na gruncie opisu nagananych praktyk polityków. Niezgoda na „imposybilizm partii opozycyjnych”, której autor wymaga od czytelników-obywateli, już w następnym akapicie zyskuje dodatkowe wsparcie intelektualne za sprawą paronomazji. Przytaczając słowa redakcyjnego kolegi Piotra Stasińskiego („Wy nie zasługujecie na to, żeby wygrać, ale my, obywatele, nie zasługujemy na to, abyście wy przegrali”), J. Kurski zyskuje powiązanie patetycznego i logicznego wymiaru stosowanej przez siebie strategii retorycznej.

Druga część argumentacji oparta jest na atakowaniu etosu urzędującego prezydenta. Autor ponownie posługuje się zwięzłym wyliczeniem jego działań i ponownie są to czyny oraz zachowania oceniane przez J. Kurskiego naganie – przytaczane jako przykłady „tragifarsy”. Ich obraz, zbudowany na leksemach *ośmieszać* i *upokarzać* (obywateli), pokazuje A. Dudę jako niedorastającego do swojej funkcji, bez godności, popełniającego kompromitujące błędy. Skojarzenie z infantylnością i niestosownością nasuwa czytelnikowi nie tylko retoryczna figura podobieństwa („Prezydent wielkiego narodu na stojąco – jakby kwitował bieliznę z pralni – podpisuje coś obok rozpartego na krześle Trumpa [...]”), ale także

²² W pełnej wersji brzmiał on: „To, że jesteśmy w dupie, to jasne. Problem w tym, że zaczynamy się w niej urządzać”.

²³ Po raz pierwszy użyte zostało w wyimku, drugi raz – w ekspozycji.

zdanie zawierające diasym i polisidenton: „[A. Duda – uzup. M.W.] Ciągle się uczy i uczy²⁴], i przemawia, przemawia, i przemawia z zadartą brodą: »Ojczyznę dojnë racz nam wrócić, Panie«”²⁵. Autor nie dopuszcza jednak, aby zachowania prezydenta wywołały w odbiorcy jedynie politowanie czy rozbawienie, dlatego wyliczenie „grzechów” zamyka stwierdzeniem, że „[...] jego patos i mimika z teatru dell’arte są najmniejszymi problemami”. W ten sposób przygotowuje czytelnika do przyjęcia kolejnego wyrażonego śmiało i skierowanego bezpośrednio do niego przekonania (licencja retoryczna): „Powiedzmy sobie wprost: Polska nie ma głowy państwa. Mamy za to państwo bez głowy”. Kolejna paronomazja wprowadzająca grę słów tym razem pełni funkcję przesłanki dla oczywistego wniosku w rozumowaniu entymematycznym: „Jedyne, co ciśnie się na usta, to krzyk rozpaczy: DOŚĆ!”. Jest on najsilniejszą perswazyjnie wypowiedzią w analizowanym tekście. W krótkim zdaniu pojawia się leksem wyłączający *jedyne*, utarte wyrażenie zawierające nazwę jednego z najsilniejszych retorycznych afektów – rozpacz oraz wykrzyknienie zapisane wersalikami. Bezkompromisowość aktu, o którym mowa, podkreśla dodatkowo frazeologizm *cisnąć się na usta*, manifestujący autorskie przekonanie, że w obliczu wymienionych faktów nie sposób nad sobą zapanować. To zarazem punkt kulminacyjny wyводу argumentacyjnego, ponieważ w jego trzeciej części na pierwszy plan ponownie wysunięty jest *logos* – czytelnik musi się zastanawiać, kojarzyć, przypominać. Można zaryzykować twierdzenie, że gdyby tekst J. Kurskiego był wygłaszany, to po wykrzyknieniu orator musiałby zastosować dłuższą pauzę pozwalającą na spadek napięcia emocjonalnego²⁶.

Ostatnia część argumentacji konstrukcyjnie oparta jest na *subiectio*, tj. figurze myśli obejmującej postawienie pytania i udzielenie na nie odpowiedzi (Korolko 1990: 114). Autor wyzyskuje w niej potencjał perswazyjny *ethosu*,

²⁴ „Uczy i uczy” nawiązuje do wypowiedzi A. Dudy na Uniwersytecie Rzeszowskim, podczas którego deklarował wobec studentów: „Ja pracuję cały czas, naprawdę, ja się cały czas czegoś uczę, bez przerwy. Ja się uczę w mieszkaniu, ja się uczę w samochodzie, kiedy jadę, ja się uczę w samolocie, kiedy lecę. Jak się nie uczę tego, co mam powiedzieć, to się uczę tego, co będę chciał kiedyś powiedzieć i wydaje mi się, że warto – więc w związku z tym czytam jakąś książkę. Jeżeli nie, to siedzę i uczę się języka, nowe słówka. Cały czas się czegoś uczę” (Pasterczyk 2018). Za te słowa prezydent był nominowany w plebiscycie „Srebrne Usta” Programu III Polskiego Radia.

²⁵ Wykorzystanie cytatu bez pełnego kontekstu jest jednak w tym przypadku nadużyciem, gdyż A. Duda cytował parafrazę zdania z pieśni *Boże, coś Polskę* jako dowód haniebnego zachowania przeciwników „dobrej zmiany” i komentarz do protestów sympatyków Komitetu Obrony Demokracji. Po fali publicznej krytyki prezydent uznał swoje słowa za „niepotrzebne”.

²⁶ Ten jednozdaniowy akapit można również interpretować jako figurę myśli zwaną konkluzją; w tradycji retorycznej za najodpowiedniejsze miejsce dla niej uchodzi epilog mowy (Korolko 1990: 117).

ustanawiając szczególną relację między podmiotowym „my” i „oni”. Tym razem chodzi o *ethos* samego piszącego jako autora tego konkretnego tekstu, reprezentanta redakcji znanej ze zdecydowanej krytyki aktualnie rządzących, a także obywatela pod rządami Zjednoczonej Prawicy i A. Dudy. „My”, a zatem również wpisani w tę retoryczną wspólnotę czytelnicy, „[...] próbowaliśmy ratować, co się da. Wychodziliśmy na ulice, paliliśmy światelka pod sądami, naciskaliśmy na Komisję Europejską, by zaskarżyła do Trybunału Sprawiedliwości UE niszczące sądownictwo ustawy. Pokazaliśmy, że presja ma sens”. J. Kurski okazuje się obywatelem zaangażowanym, nieograniczającym się do słownego narzekania i protestu, a tym samym bardziej wiarygodnym w swoich wezwaniach do czynu. Wraz z innymi jest zdecydowanie różny od „onych”, których partykularna woła poniosła klęskę w zderzeniu z siłą zjednoczonej wspólnoty: „Chcieli wprowadzić zamordyzm antyaborcyjny – zmiotł ich »czarny protest«. Chcieli zamknąć dziennikarzy w parlamentarnym kojcu – musieli się wycofać pod presją wolnych mediów”. Jednak już w następnym zdaniu „oni” odnosi się do podmiotowego „my”, które tworzą obywatele ponoszący konkretną odpowiedzialność za sprzeciw wobec decyzji władzy – „przetrzymani w komisariatach, karani grzywnami, odpowiadający przed sądami”. Autor już nie uzurpuje sobie prawa przynależności do tego grona. Nie używa „my” inkluzywnego, lecz metaforycznie i obrazowo pisze o obywatelach, którzy „[...] pazurami wyrwali PiS-owi naszą wolność, którą ten chciał sobie przywłaszczyć”. Usuwając się z pierwszego planu, oddaje honor ludziom bardziej zasługującym na docenienie i wdzięczność.

Zabieg „powiększenia przez pomniejszenie” pozwala J. Kurskiemu skierować całą uwagę czytelnika na tych, którym zamierza złożyć propozycję rozwiązania problemu wyborów prezydenckich. Część publikacji zawierającą autorskie wnioski rozpoczyna z emfazą: „Ci wszyscy dzielni ludzie nie zasługują na kandydata wymyślonemu na piątym piętrze. Średniego kandydata średnich polityków uśrednionych interesów partyjnych frakcji i koterii”²⁷. Kontrast „dzielności” obywateli i mierności polityków, podkreślony poliptotą, działa nie tylko na intelekt czytelnika, ale również na jego emocje – oddanie wyboru kandydata w ręce tych, którzy już zawiedli, byłoby obrazą dla wszystkich innych, w tym wcześniej zaliczonych przez autora do wspólnoty sygnowanej zaimkiem „my”.

²⁷ Zestawienie tego fragmentu z jego wersją wykorzystaną w wyimku ujawnia, jak odmienną rolę perswazyjną może odgrywać podmiot wypowiedzi w zależności od *kairós* – odpowiedniego momentu (Korolko 1990: 171). W wyimku „my” natychmiast włączyło czytelnika, nawet tego, który szybko przerwie lekturę, w krąg adresatów apelu „wyłóżmy własnego [kandydata na prezydenta]”, dzięki czemu budziło zainteresowanie i zachęcało do czytania. W korpusie tekstu konotacja podmiotu „oni” i jego działanie perswazyjne budowane są w wyniku dłuższego procesu argumentacyjnego, wymaga zatem przeczytania całego tekstu.

Jeśli odbiorca perswazji miałby jednak wątpliwości, czy może uważać się za „dzielnego człowieka”, w następnym akapicie tekstu znajdzie stosowne dowody. J. Kurski przypomina mu bowiem o poparciu, jakiego w ostatniej elekcji parlamentarnej udzielono partiom demokratycznym, na które głosowało dziewięć milionów ludzi, „[...] mimo beznadziejnej kampanii: bez pomysłu, bez wigoru, bez wiary w zwycięstwo, bez liderów. Poszli, bo są w tych 51 proc. Polaków tacy, którzy uważają, że demokracja w ich kraju jest zagrożona”. Czytelnik „Gazety Wyborczej” z bardzo dużym prawdopodobieństwem może poczuć się jednym z nich, a anaforyczne wyliczenie wzmocni jego przekonanie, że głosowanie w takich okolicznościach również zasługuje na uznanie i szacunek.

Tak pozytywnie usposobiony i przygotowany intelektualnie staje się dla autora obiektem perswazji ukierunkowanej na wolę. Przeczytawszy ponownie, że zasługuje na swojego kandydata, prawdopodobnie bez oporów zaakceptuje zapewnienie J. Kurskiego, że ordynacja umożliwia wyłonienie reprezentanta obywatelskiego, a ten – jako jeden z wielu startujących w pierwszej turze – zapewni głosującym swobodny, zgodny z sumieniem wybór. Trudna polityczna sytuacja znajduje w ten sposób rozwiązanie adekwatne do rozbudzonych oczekiwań czytelnika – sprzeciw wobec dotychczasowej władzy w imię dobra obywateli będzie podtrzymywany, ale bez udziału skompromitowanych środowisk partyjnych. Udział w takich wyborach nie będzie już aktem desperacji, ale perspektywą budzącą nadzieje.

Logika wywodu zawartego w końcowej części tekstu nakazywałaby w tym miejscu postawić pytanie – kto miałby być takim obywatelskim kandydatem. *Ethos* publicysty nie pozwala J. Kurskiemu zlekceważyć tej kwestii, ale jego odpowiedź jest osobliwa. Zamiast wymienić nazwisko, w postaci retorycznej figury życzenia wylicza w akapitach rozdzielonych większym światłem walory swojego wymarzonego kandydata. Stawiając się ponownie w centrum uwagi czytelnika, w istocie artykułuje pragnienia tych wszystkich, których zdążył już przekonać do koncepcji prezydenta obywateli. Taki kandydat miałby nade wszystko służyć obywatelom – reprezentować ich i bronić, ale także być wierny prawu, zasadom demokratycznym i, działając wśród polityków, zachować od nich niezależność.

„Lista marzeń” nie służy jednak odmalowaniu kuszącej wizji prezydentury²⁸, odwzorowaniu ideału czy wprawieniu odbiorców w dobry nastrój poprzez ożywienie ich pragnień. Pozwala, choć w niewielkim zakresie, po raz kolejny udzielić nagany A. Dudzie – wprost za niedotrzymywanie obietnic i pośrednio, gdy autor wyraża oczekiwanie, iż obywatelski prezydent prawnik będzie miał charakter i kręgosłup i nie będzie lokajem prezesa jednej z partii. Jednak przede wszystkim wyliczenie zawiera aluzje do wydarzeń z niedawnej przeszłości, które dobrze zorientowani w życiu publicznym czytelnicy powinni z łatwością rozszyfrować.

²⁸ Chociaż sam autor zdaje się niekiedy ulegać temu pragnieniu – gdy zamiast o kandydacie pisze wprost o prezydencie.

Będą zatem wiedzieli, kto

[u]jmował się za lokatorami skrzywdzonymi przez czyścicieli kamienic, ofiarami niesprawiedliwych egzekucji komorniczych, ludźmi bezradnymi, [...] wspierał przed europejskim sądem ludzi zadłużonych we frankach [...], który próbował mówić w Sejmie w imieniu wszystkich obywateli, choć w komisji głosu mu nie udzielono [...] [k]tóry wie, co to medialna nagonka, opresja i upokorzenie, bo sam tego od obecnej władzy zaznał po wielokroć.

Dając dużo wskazówek do snucia domysłów, J. Kurski zachęca czytelników do rozwiązania zagadki – służy temu zamykające tekst zapewnienie: „Są w Polsce tacy ludzie. Jest taki człowiek”.

Oryginalne zakończenie publikacji jest zatem retorycznie przemyślaną strategią i nie sprawia czytającym zawodu, mimo niedopowiedzenia w kluczowej kwestii. Jego stylistyczne opracowanie również potwierdza istotne znaczenie, jakie autor przypisał tej części tekstu. Anaforyczne, niezachowujące jednak pełnego porządku ujęcie kolejnych akapitów nadaje fragmentowi regularność²⁹, równoważy jego części składowe i wyróżnia na tle wcześniejszych segmentów publikacji. Uwagę zwraca w nim powtarzalność zaimka względnego *który*, niekiedy nawet rozpoczynającego zdanie, dzięki czemu następuje uproszczenie składni i zrytmizowanie wypowiedzi. Mocnym początkowym akcentem jest polisydenton, uwypuklający kategoryczność oczekiwania, by kandydata na prezydenta nie wyłaniały partie („[...] bezstronny prezydent wszystkich obywateli. Nie PiS-u, nie KO, nie PSL-u, nie Lewicy”). Czytelnik dostrzeże też w wyliczeniu nieobecne dotychczas zaburzenia szyku („obecny prezydent złote góry obiecywał”, „w komisji głosu mu nie udzielono”, „sam tego od obecnej władzy zaznał po wielokroć”), poetycki cytat („prawo zawsze prawo zna-czy, a sprawiedliwość sprawiedliwość”) i zestawienia antytetyczne („[kandydat] [k]tóry bronił praw wierzących i niewierzących, rozdzielał państwo od Kościoła i Kościół od państwa, bronił ofiar pedofilów w sutannach i bez sutann”, „piętnować będzie każdą władzę [...], »naszą« i »waszą«”). Zabiegi te estetyzują wypowiedź i skłaniają do zwrócenia uwagi na zawarte w niej autorskie postulaty.

1.2.4.5. Ocena „skuteczności retorycznej”

Prezydent Obywateli był wyrazistym głosem publicysty w trwającej od kilku lat dyskusji pod hasłem: „Jak odebrać władzę PiS-owi i jego sojusznikom?”, inspirowanym bezpośrednio zbliżającą się elekcją na najwyższe stanowisko w państwie.

²⁹ Początki kolejnych akapitów brzmią następująco: Marzy mi się...; Taki kandydat, który...; Który...; Taki kandydat, który...; Marzy mi się kandydat, który...; Który...; Kandydat, który...; Który...; Kandydat, dla którego...; Prezydent, który...; Prezydent prawnik, który...

Rezonował w przestrzeni publicznej w czasie, gdy środowiska opozycyjne po raz kolejny przekonały się, że nie są w stanie doprowadzić do skutku swojego głównego zamierzenia, tj. odzyskania zaufania wyborców. Był to zarazem głos kierowany do „swoich”, tj. wszystkich, którzy oczekują odsunięcia od władzy Zjednoczonej Prawicy, ale zarazem dostrzegają poważne słabości i wady u jej ewentualnych następców. Pomysł z obywatelskim kandydatem miał być konstruktywną propozycją, dającą nadzieję sfrustrowanym obrońcom „polskiej demokracji” na osiągnięcie pierwszego celu – objęcie ważnego stanowiska przez kogoś, kto będzie skutecznie hamował niedemokratyczne działania władzy. Nie miał natomiast na celu przekonywać obojętnych czy wahających się, po której stronie politycznego sporu się opowiedzieć. Zdecydowane oceny J. Kurskiego były jedynie artykulacją tego, co – można zakładać – myślą i czują przeciwnicy „dobrej zmiany”. Autor słusznie skoncentrował się na wartościującym opisie sytuacji i uzasadnieniu potrzeby znalezienia rozwiązania problemu, a następnie je wyraźnie zasugerował. Obiektywne podejście do tematu czy skrupulatne rozważanie zalet i wad koncepcji, chociaż niekiedy spotykane w artykułach publicystycznych, byłyby perswazyjnie mniej skuteczne. W nadal niespokojnej atmosferze po- i przedwyborczych dyskusji zdecydowane stanowisko miało większe szanse wzbudzić zainteresowanie.

Pisanie dla „swoich” nie oznaczało, że informacja o publikacji, a może nawet oficjalne reakcje na nią nie pojawią się w bardzo szerokim kręgu odbiorców. Zarówno źródło, jak i autor odgrywają istotną rolę w obiegu medialnym i wzbudzają zainteresowanie w środowiskach politycznym i dziennikarskim, a za ich pośrednictwem przekaz – już zinterpretowany i oceniony – może znacząco rozszerzać swój zasięg. O *Prezydencie Obywateli* można było przeczytać lub posłuchać w różnych mediach (polskieradio24.pl, tvp.info, wdołnymślasku.com, wPolityce.pl).

Nienazwany w tekście kandydat został natychmiast rozpoznany³⁰ – jego nazwisko pojawiło się już w pierwszych postach pod internetową wersją publikacji³¹, było wymieniane w dziennikarskich komentarzach w różnych mediach (A.R. Potocki 2019; Czy połączy 2019; Kurski w „GW” 2019; Niepytalski 2019). Kwestia okazała się na tyle poważna, że odniósł się do niej sam zainteresowany – Adam Bodnar, Rzecznik Praw Obywatelskich, już 13 listopada poinformował w Radiu Tok FM, że nie będzie startował w wyborach prezydenckich w 2020 roku (Bodnar 2019). Jednak zanim ta deklaracja zamknęła temat³², można go było śledzić w me-

³⁰ J. Kurski niemal wprost wskazał jednak swojego kandydata w wideokomentarzu promującym tekst zamieszczonym na stronie wyborcza.pl. Nagranie zakończył bowiem znamienym apelem: „Niech więc się zgłosi rzecznik obywateli. Władzy się nie dostaje. Władzę się bierze” (Kurski 2019a).

³¹ Pierwszy post pod tekstem pojawił się 9 listopada o godz. 7.24, nazwisko A. Bodnara padło w drugim poście z godz. 7.29 (Kurski 2019b).

³² Ostatni post pod tekstem zamieszczono 15 listopada o godz. 22.10 (stan na 17.02.2021).

diach. Sama redakcja „Gazety Wyborczej” jeszcze w wydaniach z 13 i 15 listopada zamieściła wybór komentarzy czytelników (Czytelnicy 2019; Prezydent 2019), a następnie zainaugurowała cykl wypowiedzi przedstawicieli świata kultury, nauki, polityki i społeczników o tym, kto byłby najlepszym prezydentem.

Rozważając problem retorycznej skuteczności analizowanej publikacji, należy zadać pytanie, jakie względy mogły kierować autorem, który posłużył się figurą życzenia zamiast wprost wymienić nazwisko A. Bodnara. Taki zabieg niewątpliwie wzmacniał perswazyjność wypowiedzi – uatrakcyjniał konstrukcję jej finalnej części oraz angażował czytelników w rozwiązywanie zagadki. Mogła to być także próba oddziaływania na rzecznika, który postawiony wobec otwartej deklaracji wsparcia przez silne środowisko, widząc pozytywne reakcje komentatorów, a nawet pochlebiony wysoką oceną swojej działalności zawartą w tekście rozważyłby zmianę swojej wcześniejszej decyzji o nieskracaniu kadencji RPO (Forreiter 2019). Nie można również wykluczyć, że zdecydowały względy praktyczne – nikt z „Gazety Wyborczej” nie konsultował z A. Bodnarem zamiaru wysunięcia takiej propozycji przed publikacją *Prezydenta Obywateli*. Sukcesu jednak nie udało się osiągnąć, chociaż pomysł J. Kurskiego zyskał również poparcie innego aktywnego w życiu publicznym środowiska – ruchu Obywatele RP (Kasprzak 2019).

Reakcje czytelników na tekst były wielowątkowe i zazwyczaj jednoznaczne – w tym sensie autor uzyskał oczekiwany efekt ożywienia dyskusji wokół ważnego społeczno-politycznego tematu³³. Można je uporządkować według klucza: opinie amatorskie vs. opinie profesjonalne (zazwyczaj dziennikarskie).

Wśród komentujących na forum pod tekstem³⁴ kandydatura A. Bodnara znalazła duże uznanie, ale zarazem wyrażano wątpliwości co do jego szans jako kandydata niepartyjnego, pozbawionego zaplecza organizacyjnego, bez politycznego doświadczenia, a przede wszystkim nieodpowiedniego dla bardzo dużej części elektoratu o nastawieniu antyelitarnym i propisowskim. Podobna ambiwalencja towarzyszyła samemu pomysłowi wyboru kandydata obywatelskiego, jednak w tym przypadku chęci uwolnienia się od ograniczeń wyboru partyjnego towarzyszyła niewiara w możliwość zrealizowania takiego scenariusza. W tym kontekście pojawiały się również nazwiska Marcina Matczaka, Jerzego Owsiaaka, Ewy Łętowskiej, a także niektórych polityków (m.in. Radosława Sikorskiego).

³³ Prezentując wnioski z obserwacji komentarzy, pomijam spostrzeżenia na temat wpisów niemerytorycznych oraz będących przejawem mowy nienawiści lub trollingu, ponieważ wykraczałyby one poza krąg rozważań retorycznych. Kilka ogólnych konstatacji odnoszących się do tego tematu dodałam w podsumowaniu. Mimo wyraźnej złośliwości i szyderstwa w stylu wypowiedzi, uwzględniłam jednak w analizie tekst Stanisława Janeckiego, który sformułował kilka cennych uwag (Janecki 2019).

³⁴ Redakcyjny wybór postów z Kurski 2019b można znaleźć w: Prezydent 2019 i Kto ma 2019.

Publikacja „Gazety Wyborczej” wywołała zatem efekt głównie w postaci reakcji zbliżonych do tej, której wyraz dał J. Kurski – niezgody na dalszy dyktat partyjnych koterii, głębokiego rozczarowania postawą opozycji, obawy przed nieodwracalnymi szkodami, jakie Polsce i Polakom wyrządzi zwycięstwo A. Dudy. Tę wspólnotę myślenia i odczuwania podkreślali internauci, pisząc np. „Nareszcie, ktoś wygarnął gorzką prawdę o opozycji. Dosyć dawania im niezasłużonej taryfy ulgowej. [...] Brawo za wypunktowanie wszystkich słabości PAD! Jaki koń jest – każdy widzi”, „Napisał Pan dokładnie to, co czuję”, „Iskierka nadziei: jak najbardziej zgadzam się z opinią red. Kurskiego”, „[...] frustrację Pana Redaktora aktualną sytuacją podzielam” (Kurski 2019b). Pojawiły się również głosy krytyczne pod adresem redakcji i autora, m.in. obarczające ich winą za stałe dyskredytowanie środowiska politycznego, które podważyło zaufanie do działaczy wszystkich partii, a także zarzucające J. Kurskiemu nieliczenie się z realiami życia publicznego, polityczną naiwność oraz osłabianie innych kandydatów opozycyjnych zgłaszaniem podobnych propozycji.

Za najwyraźniejszy przejaw skuteczności retorycznej publikacji w gronie nieprofesjonalnych komentatorów należy uznać ich wzajemne zachęty i apele do wspólnego działania na rzecz wsparcia kandydata obywatelskiego. Dotyczyły one sposobów zebrania podpisów i funduszy na kampanię, prowadzenia agitacji, a także ogólnego włączenia się do działania. Były to wprawdzie tylko niezobowiązujące deklaracje, jednak świadczące o tym, że wezwanie J. Kurskiego padło na podatny grunt.

Wśród profesjonalnych komentatorów największą uwagę na merytoryczną wartość artykułu J. Kurskiego zwrócił Paweł Kasprzak z Obywateli RP (Kasprzak 2019). Szydząc z hipokryzji redakcji, która jego zdaniem wcześniej tłumiała krytykę nawet szkodliwych działań opozycji w imię niekomplikowania jej sytuacji przed wyborami, a teraz piórem pierwszego zastępcy redaktora naczelnego wystawiła jej miażdżącą ocenę, wskazał, że zgłoszenie A. Bodnara do udziału w pierwszej turze prezydenckiej elekcji nie rozwiązuje problemu. Autor dostrzegł jednak istotne znaczenie publikacji J. Kurskiego jako apelu, aby to ruchy i organizacje społeczne zorganizowały akcję zbierania podpisów pod zgłoszeniem kandydatury rzecznika. Wstępnie deklarując zgodę swojego stowarzyszenia na takie działanie, zastrzegł, że dla uzyskania pełnego poparcia konieczne jest sformułowanie głównych punktów programu działań przyszłego prezydenta opartych na inicjatywnie ustawodawczej i referendalnej oraz przeprowadzanie otwartych prawyborów już na etapie wyłaniania przyszłych uczestników pierwszej tury elekcji³⁵. *Prezydent Obywateli* stał się zatem inspiracją do zgłoszenia konkretnych postulatów odnoszących się do dalszych kroków w walce o najwyższe stanowisko w państwie, wal-

³⁵ Ten postulat pojawił się również w poście pod internetową wersją tekstu J. Kurskiego, sygnowanym jako apel Obywateli RP (Kurski 2019b).

ce, która powinna zdaniem P. Kasprzaka wywoływać „obywatelskie poruszenie”, aktywność nieograniczoną jedynie do wymuszonego okolicznościami oddawania głosu na kandydata, który nie cieszy się autentycznym zaufaniem.

Specjalistka od problematyki prawniczej w tygodniku „Polityka”, Ewa Siedlecka, uzupełniła konkretnymi przykładami opis działalności A. Bodnara jako rzecznika praw obywatelskich, zwracając uwagę na jego „[...] doświadczenie kierowania instytucją, wiedzę prawniczą, wrażliwość na prawa człowieka, odwagę i odporność na naciski” (Siedlecka 2019). Świadoma powodów jego niekandydowania i zagrożeń dla instytucji RPO w sytuacji, gdyby rzecznik wystartował, ale przegrał, rozwinęła wątek kandydatury obywatelskiej. W przeciwieństwie do J. Kurskiego nie eksponowała problemu powszechnego zawodu „partyjniactwem”, lecz zalety autentycznej bezpartyjności kandydata, wśród których jest możliwość realizacji idei prawyborów obywatelskich. Zwycięzca zyskiwałby wyjątkowy mandat społeczny, a głosujący – dodatkową możliwość wyboru. Te rozważania E. Siedlecka zamknęła jak żaden inny publicysta zainspirowany artykułem J. Kurskiego – propozycją własnej kandydatki obywatelskiej: prawniczki i działaczki społecznej Pauliny Kieszkowskiej-Knapik.

Inni autorzy koncentrowali się w swoich wypowiedziach jedynie na wybranych kwestiach. Piotr Zaremba, publicysta dziennika „Polska”, podobnie jak internauci, dostrzegł nieskuteczność forsowania kandydata, który kilkakrotnie zastrzegł, że nie zamierza uczestniczyć w elekcji prezydenckiej. Argumenty J. Kurskiego uznał zaś za nieprzekonujące, przede wszystkim dlatego, że jego zdaniem zasługi A. Bodnara w walce z autorytarnymi działaniami PiS nie angażują większości elektoratu – są „rozrywką inteligenckich elit” (Zaremba 2019). Z kolei Stanisław Janecki, publicysta „Sieci” i autor komentarza w portalu wPolityce.pl, skrytykował zarówno pomysł kandydatury bezpartyjnej, jak i brak politycznych kwalifikacji rzecznika praw obywatelskich:

Szukanie bezpartyjnego mesjasza to niedojrzałość tych, którzy się uważają za demokratów. To liczenie na cud zamiast polegania na politycznych mechanizmach. [...] Stanie na czele państwa to zupełnie inna odpowiedzialność, szczególnie w krytycznych sytuacjach, zupełnie inna waga podejmowanych decyzji i kompletnie inna gotowość podejmowania lub unikania ryzyka, niż bycie RPO czy wykładowcą akademickim (Janecki 2019).

Zaatakował również personalnie autora *Prezydenta Obywateli* za publicystyczną nieudolność: „Jarosław Kurski strzela fochy, nadyma się i emocjonuje w pensjonarskim stylu, gdyż zawodzą go politycy, na których wszystko postawił” (Janecki 2019).

Wypowiedzi profesjonalistów, choć merytorycznie bardziej wartościowe niż komentarze czytelników, niewiele dodały do dyskusji zainicjowanej na łamach „Gazety Wyborczej”. Uogólniając, można ocenić, że pomysł kandydata

obywatelskiego i osoba samego A. Bodnara zdobyły uznanie wśród czytelników o przekonaniach zbliżonych do poglądów autora. Jednocześnie wywołały poważne wątpliwości, mające źródło głównie w braku wiary w możliwość radykalnej zmiany obowiązujących od dawna reguł gry politycznej oraz świadomości istniejących w społeczeństwie głębokich podziałów, które w praktyce życia publicznego skłaniają do forsowania własnych racji za wszelką cenę.

1.2.5. Podsumowanie i wnioski

Badanie *Prezydenta Obywateli* metodą retoryczną przyniosło spodziewane efekty. Udało się sporządzić zwięzłą charakterystykę tekstu, uwzględniając okoliczności jego powstania, a następnie wskazać powiązania między jego trzema płaszczyznami: strukturą, treścią i formą językową z ukierunkowaniem na ich wartość perswazyjną. Pięć etapów badania objęło wszystkie istotne aspekty analizy, ukazując ich wzajemne relacje i obrazując sposób funkcjonowania dzieła retorycznego wobec odbiorcy.

Ze względu na specyfikę praktykowania dyskursu politycznego i publicystycznego nie udało się omówić problemu retorycznej skuteczności tekstu J. Kurskiego w odniesieniu do czytelników o przekonaniach odmiennych od zaprezentowanych przez autora. Obserwacja postów, jakie w związku z publikacją „Gazety Wyborczej” ukazały się w portalach fronda.pl i wPolityce.pl, wykazała, że nie miały one wartości merytorycznej – ograniczały się do formułowania krytycznych ocen ogólnych i ataków personalnych (np. „Czy rzeczywiście uważacie, że PiS prowadzi dobrą politykę? Czy jest coś dobrego w rozdawnictwie? Czy jest coś dobrego w psuciu relacji z sąsiadami? Jaka jest ich wizja kraju? Znać ich program? Podoba Wam się pan Piotrowicz? Znać jakieś autorytety w dziedzinie ekonomii współpracujące z PiS?” (Jarosław 2019); „Ten artykuł to przykład chamstwa, buty i prymitywizmu samozwańczych dziennikarskich »elyt«. Całe szczęście, że to szambo jest zbyt małe, by zalać taki kraj, jakim jest Polska” (Jarosław 2019); „to bujda na kółkach i wciskanie kitu na siłę bodnar to żaden autorytet to upadły człowiek bez honoru sprzeniewierzył się POwołaniu na Rzecznika Praw Obywatelskich i POhańbił urząd! diabeł nie człowiek” (Forum dyskusyjne 2019). Trudno jednoznacznie odpowiedzieć na pytanie, czym może być spowodowana taka reakcja. Z pewnością wpisuje się ona w silnie ugruntowany w polskim Internecie zwyczaj traktowania otwartych forów dyskusyjnych, szczególnie dotyczących spraw politycznych, jako miejsc bezpardonowej walki słownej, trollingu, ekspresji negatywnych emocji i odreagowywania frustracji (Juza 2015: 37, 43–44; Kansy 2013). Niewątpliwie również usytuowanie forów w portalach skupiających środowiska dalekie od reprezentowanych przez „Gazetę Wyborczą” nie sprzyja poważnemu oraz rzetelnemu traktowaniu głosu ideologicznego przeciwnika. Próba podjęcia merytorycznej dyskusji prawdopodobnie byłaby jałowa – adresat i zwolennicy jego propozycji mogliby nawet o niej nie wiedzieć, a sami forumowicze raczej potraktowaliby gotowość do prowadzenia

sporu „na własnym podwórku” jako przejaw niezасłużonego uznania dla pomysłu J. Kurskiego. Negatywna i niemerytoryczna reakcja forumowiczów z fronda.pl i wPolityce.pl jest bowiem przejawem współczesnej tendencji do zamykania się dyskutantów w „bańkach informacyjnych” i utwierdzania w swoich przekonaniach. Ma to znaczenie nie tylko dla jakości dyskursu publicznego, ale również dla pracy publicystów. Dzięki interaktywności mediów zyskali oni wprawdzie możliwość szerokiego, bezpośredniego odzewu na swoje teksty, ale jako źródło konstruktywnej krytyki formułowanej z odmiennego punktu widzenia przestaje on pełnić swoją funkcję. Podobną wadą dotknięte są media społecznościowe, przede wszystkim Twitter, które – chociaż gromadzą reprezentantów różnych stron sporu – zazwyczaj stają się arenami emocjonalnych kłótni. Rozstrzygnięcie, jak interaktywna komunikacja z odbiorcami przekazów dziennikarskich może podnosić jakość uprawianej publicystyki wymaga wieloetapowych, złożonych badań.

Literatura

- A.R. Potocki (2019), *A.R. Potocki: wystawienie wielu kandydatów po stronie opozycji rozbi-ja jej elektorat*, <https://www.polskieradio24.pl/130/5925/Artykul/2400854,A-R-Potocki-wystawienie-wielu-kandydatow-po-stronie-opozycji-rozbija-jej-elektorat> [dostęp: 14.02.2020].
- Andrzej Duda (2020), *Andrzej Duda: Będę kandydował w wyborach prezydenckich*, <https://www.rmfm24.pl/fakty/polska/news-andrzej-duda-bede-kandydowal-w-wyborach-prezydenckich,nId,4309784> [dostęp: 14.02.2020].
- Baczyński Jerzy, Janicki Mariusz (2010), *Jak chleb z ekstraktem*, [w:] *Biblia dziennikarstwa*, red. A. Skworz, A. Niziolek, Znak, Kraków, s. 599–611.
- Bodnar (2019), *Bodnar: Nie wystartuję w wyborach prezydenckich w przyszłym roku*, <https://audycje.tokfm.pl/podcast/82955,Bodnar-Nie-wystartuje-w-wyborach-prezydenckich-w-przyszlym-roku> [dostęp: 14.02.2020].
- Czy połączy (2019), *Czy połączy nas Marsz Niepodległości?*, <https://audycje.tokfm.pl/podcast/82868,Czy-polaczy-nas-Marsz-Niepodleglosci> [dostęp: 14.02.2020].
- Czytelnicy (2019), *Czytelnicy wskazują kto na prezydenta*, „Gazeta Wyborcza”, 13.11, s. 13.
- Długosz Dominika (2019), *Nierozliczone afery*, „Newsweek Polska”, nr 41, s. 14–17.
- Forreiter Kacper (2019), *Adam Bodnar: nie zamierzam kandydować w żadnych wyborach*, <https://wiadomosci.onet.pl/kraj/adam-bodnar-nie-zamierzam-kandydowac-w-zadnych-wyborach/6cmgprd> [dostęp: 14.02.2020].
- Forum dyskusyjne (2019), <https://wpolityce.pl/forum/polityka/128-dyskusje-pod-publickacjami-dzialu-polityka/tematy/1418108-kurski-w-gw-wskazuje-kandydata-na-prezydenta-jest-taki-czlowiek-nie-pada-nazwisko-ale-jednoznacznie-chodzi-o-bodnara-komentarze-publicacji?strona=2> [dostęp: 16.07.2020].
- Janicki Mariusz (2019), *Na jedną kartę*, „Polityka”, nr 46, s. 14–17.
- Janicki Stanisław (2019), *Bunt rozbeczanych pensjonarek, czyli „Gazeta Wyborcza” gra na Adama Bodnara jako kandydata na prezydenta*, <https://wpolityce.pl/polityka/472273-bunt-rozbeczanych-pensjonarek-czyli-gw-gra-na-bodnara> [dostęp: 14.02.2020].

- Jarosław (2019), *Jarosław Kurski do polityków opozycji: Do diabła z wami wszystkimi*, <https://www.fronda.pl/a/jaroslaw-kurski-do-diabla-z-wami-wszystkimi,135905.html> [dostęp: 16.07.2020].
- Juza Marta (2015), *Hejterstwo w komunikacji internetowej: charakterystyka zjawiska, przyczyny i sposoby przeciwdziałania*, „Profilaktyka Społeczna i Resocjalizacja”, nr 25, s. 27–50.
- Kansy Andrzej (2013), *Mowa nienawiści na lokalnym forum internetowym. Studium patologii*, „Studia Medioznawcze”, nr 3–4 (11–12), s. 89–102.
- Kasiak Mateusz (2015), *Artykuł publicystyczny w świadomości genologicznej dziennikarzy prasowych*, „Studia Medioznawcze”, nr 4 (63), s. 83–94.
- Kasiak Mateusz (2016), *Artykuł publicystyczny w prasie i w Internecie. Analiza porównawcza*, „Rocznik Bibliologiczno-Prasoznawczy”, t. 8 (19), s. 189–206.
- Kasprzak Paweł (2019), *Wyborcza chce Bodnara? Popieram. Okręg 44 na cały kraj*, <https://obywatelerp.org/wyborcza-chce-bodnara-popieram-okreg-44-na-cal-y-kraj/> [dostęp: 14.02.2020].
- Korolko Mirosław (1990), *Sztuka retoryki. Przewodnik encyklopedyczny*, Państwowe Wydawnictwo Wiedza Powszechna, Warszawa.
- Kozieł Andrzej (2002), *Gatunki dziennikarskie – rodowód, cechy i funkcje*, [w:] *O warsztacie dziennikarskim*, red. J.W. Adamowski, Oficyna Wydawnicza Aspra-jr, Warszawa, s. 109–127.
- Kto ma (2019), *Kto ma szansę wygrać wybory z Dudą? Czytelnicy o apelu Jarosława Kurskiego*, <https://wyborcza.pl/7,95891,25400924,kto-ma-szanse-wygrac-wybory-z-duda-czytelnicy-o-apelu.html> [dostęp: 14.02.2020].
- Kublik Agnieszka, Szpala Iwona (2019), *W oparach cygar i wina u szefa na piątym piętrze*, „Gazeta Wyborcza”, 21.10, s. 4.
- Kula Agnieszka (2013), *Artykuł publicystyczny w tygodnikach społeczno-politycznych. O kilku dualizmach*, „Oblicza Komunikacji”, t. 6, s. 47–59.
- Kurski Jarosław (2019a), *Jeśli Andrzej Duda znów wygra, Polska na dekady zmieni się w „republikę banasiową”*, <https://wyborcza.pl/7,82983,25392339,jesli-andrzej-du-da-znow-wygra-polska-na-dekady-zmieni-sie-w.html> [dostęp: 14.02.2020].
- Kurski Jarosław (2019b), *Nie zasługujemy na prezydenta wymyślonego w dymie cygar. Wywołamy własnego*, <https://wyborcza.pl/magazyn/7,124059,25392639,nie-zasluguje-my-na-prezydenta-wymyslnego-w-dymie-cygar.html#sortBy:Time-Desc> [dostęp: 14.02.2020].
- Kurski Jarosław (2019c), *Prezydent Obywateli*, „Gazeta Wyborcza”, 9–11.11, s. 2.
- Kurski w „GW” (2019), *Kurski w „GW” wskazuje kandydata na prezydenta: „Jest taki człowiek”. Nie pada nazwisko, ale jednoznacznie chodzi o Bodnara*, <https://wpolityce.pl/polityka/472201-kurski-w-gw-atakuje-opozycje-i-wskazuje-kandydata> [dostęp: 14.02.2020].
- Niepytalski Michał (2019), *Dziennikarze proponują i spekulują – Bodnar i Hołownia na prezydenta*, <https://www.press.pl/tresc/59292,dziennikarze-proponuja-i-spekuluja--bodnar-i-holownia-na-prezydenta> [dostęp: 14.02.2020].
- Pasterczyk Joanna (2018), *Wystąpienie Andrzeja Dudy w Rzeszowie hitem internetu. „Jak jadę, to się uczę, jak lecę, to się uczę. Cały czas”*, <https://rzeszow.wyborcza.pl/rzeszow/7,34962,23220199,wystapienie-andrzeja-dudy-w-rzeszowie-hitem-internetu-jak.html> [dostęp: 14.02.2020].

- Prezydent (2019), *Prezydent obywatelski, nie partyjny*, „Gazeta Wyborcza”, 15.11, s. 15.
- Siedlecka Ewa (2019), *Bodnar nie chce na prezydenta. Ale pomysł nie znika*, <https://www.polityka.pl/tygodnikpolityka/kraj/1931848,1,bodnar-nie-chce-na-prezydenta-ale-pomysl-nie-znika.read> [dostęp: 14.02.2020].
- Szewczyk Kamil (2019), *Kaczyński o Szydło i Morawieckim. Mocne wyznanie!* [WYWIAD], <https://www.se.pl/wiadomosci/polityka/kaczynski-zdradza-kto-zostanie-premierem-tylko-u-nas-wywiad-aa-Xw8k-QKVq-9DW2.html> [dostęp: 14.02.2020].
- Tusk: nie będę (2019), *Tusk: nie będę kandydował na prezydenta*, <https://tvn24.pl/polska/donald-tusk-nie-bede-kandydowal-na-prezydenta-ra983157-2283324> [dostęp: 14.02.2020].
- Wojtak Maria (2014), *Genologiczna analiza tekstu*, „Prace Językoznawcze”, z. 16, cz. 3, s. 63–71.
- Wojtak Maria (2019), *Wprowadzenie do genologii*, Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, Lublin.
- Zaremba Piotr (2019), *Szymon Hołownia kandydatem na prezydenta? Piotr Zaremba: Poważnych spraw nie topmy w kabarecie*, <https://polskatimes.pl/szymon-holownia-kandydatem-na-prezydenta-piotr-zaremba-powaznych-spraw-nie-topmy-w-kabarecie/ar/c1-14581879> [dostęp: 14.02.2020].

RETORYCZNA ANALIZA REPORTAŻU TELEWIZYJNEGO

2.1. Retoryczna perspektywa badawcza reportażu telewizyjnego – uwagi teoretyczne – *Bogumiła Fiołek-Lubczyńska*

<https://doi.org/10.18778/8220-429-2.04>

2.1.1. Wprowadzenie

Telewizyjny reportaż filmowy i film dokumentalny to teksty medialne, które trudno współcześnie rozgraniczyć, dlatego w niniejszym rozdziale muszą zostać opisane wspólnie. Mikołaj Jazdon zauważa: „Reportaż jest filmem dokumentalnym, ponieważ należy do rodzaju filmowego określanego właśnie mianem filmu dokumentalnego. W jego ramach mieści się szerokie spektrum różnych gatunków i podgatunków. Jednym z nich jest reportaż rozumiany jako filmowa relacja z wydarzenia” (Jazdon 2017: 8). Tradycja badań filmoznawczych potwierdza zasadność rozróżnienia reportażu jako jednego z wielu gatunków filmu dokumentalnego (Nurczyńska-Fidelska 1984). Z drugiej jednak strony reportaż nie jest filmem dokumentalnym, ponieważ

istnieje praktyka określania dwóch odmiennych sposobów realizowania utworów niefikcyjnych (dokumentalnych) zupełnie nie związana z rozróżnieniem zaprezentowanym powyżej. Polega ona na przeciwstawianiu filmu dokumentalnego reportażowi lub, doprecyzowując, reportażowi telewizyjnemu. Wówczas terminy te (reportaż i film dokumentalny) odnoszą się do utworów realizowanych w odmienny sposób, z inną intencją, dla różnych celów, oraz w odmiennym systemie produkcji. W takiej sytuacji, ujmując rzecz w dużym uproszczeniu i dla wskazania najistotniejszej różnicy, mamy do czynienia po jednej stronie z reportażem, nakręconym w stosunkowo krótkim czasie i dla pewnych doraźnych celów informacyjnych, bądź interwencyjnych, a z drugiej z filmem dokumentalnym, utworem o określonych aspiracjach artystycznych, zrealizowanym z zamiarem zaprezentowania autorskiej interpretacji faktów, zebranych w bardziej złożonym procesie produkcji (Jazdon 2017: 8).

Badacz zwraca uwagę, iż reportaż telewizyjny nie zawsze tworzony jest z myślą o aspiracjach artystycznych, charakteryzuje go krótki czas realizacji

oraz interwencyjny charakter, natomiast film dokumentalny powinien być realizowany jako autorski i artystyczny sposób interpretacji faktów. Istnieją również takie reportaże audiowizualne, które posiadają cechy dziennikarskich wypowiedzi artystycznych¹.

Reportaż telewizyjny w niniejszym artykule będzie rozumiany jako gatunek przynależny do rodzaju filmowego, jakim jest film dokumentalny. Nie jest jednak definicyjnym filmem dokumentalnym. W tekście występuje pod nazwą reportaż telewizyjny, ale również reportaż artystyczny jako ten, którego celem jest prezentacja rzeczywistości i przedstawienie tematu w sposób formalnie interesujący i oryginalny. Reportaż telewizyjny jest przekazem audiowizualnym, dlatego – na potrzeby analizy – będzie nazywany również jako reportaż audiowizualny, wyrażony w obrazie i dźwięku. Reportaż telewizyjny za sprawą szybko rozwijającego się od lat 50. XX wieku medium pojawił się w telewizji. Dzięki rozwojowi rejestratorów cyfrowych reportaży w najróżniejszych formach i odmianach zagościł w Internecie jako typ wypowiedzi właściwej temu medium. Pojawienie się Internetu oraz telewizji rzeczywistości² wywołało zmiany w pejzażu medialnym, a badacze dostrzegli, że coraz trudniej mówić o czystych odmianach gatunkowych. Dotyczy to również reportażu telewizyjnego, który jest przekazem medialnym o charakterze mieszanym (zob. Michalewski 2009) i wielomodalnym (zob. Lisowska-Magdziarz 2018). Reportaż telewizyjny jest gatunkiem powinowatym z innymi formami telewizyjnymi. Ze względu na kinowo-telewizyjną genezę gatunku w niniejszym artykule reportaż jest rozumiany jako tekst kultury, genologicznie przynależący do rodzaju dokumentalnego, medialnie natomiast do strumienia telewizyjnego³.

Dla współczesnych badaczy właściwie wszystkich mediów reportaż jest wypowiedzią dziennikarską, która posiada wartość formalną i tematyczną. Podkreśla się również, że reportaż stanowi jedną z niewielu dziś wypowiedzi wzbogaconych o pogłębioną autorską refleksję. Reportaż prasowy podnosi, za sprawą znanych reporterów, gatunek do rangi literatury. „Jagielski, Szczygieł, Tochman, Bater i inni – piszą Andrzej Kaliszewski i Edyta Żyrek-Horodyska – To właśnie ich teksty wymagają głębszej analizy i interpretacji, stosującej techniki wypracowane na gruncie literaturoznawstwa, bo też zasługą takich autorów jest właśnie nieustanne podnoszenie reportażu (i generalnie: dziennikarstwa) do rangi lite-

¹ Charakter dokumentacyjny nie oznacza, że przekaz audiowizualny powstaje jako prosta rejestracja faktów. Będzie o tym mowa w dalszej części artykułu.

² *Reality television* – typ programów telewizyjnych powstałych w wyniku rozwoju programów typu *reality shows*. Uzurpują sobie miano programów dokumentalnych, choć występują w nich często aktorzy lub sytuacje i zdarzenia zostały wyreżyserowane w celu osiągnięcia wysokiej oglądalności.

³ Pisałam o zagadnieniu tekstowości w mediach audiowizualnych np. w Fiolek-Lubczyńska 2002; 2008.

ratury” (Kaliszewski, Żyrek-Horodyska 2018: 114–115). Reportaż radiowy częściej bywa sztuką niż inne wypowiedzi radiowe (Klimczak 2011). Internet jest kolejnym medium transmitującym reportaż, ale bywa także miejscem ciekawych eksperymentów⁴.

2.1.2. Metoda

W niniejszym rozdziale prezentuję możliwość zastosowania retorycznej perspektywy badawczej do analizy audiowizualnych tekstów kultury o charakterze dokumentalnym. W grupie tych tekstów znajdują się takie reportaże, które powstają współcześnie na potrzeby telewizji, a realizowane są zarówno przez dziennikarzy, jak i reżyserów filmowych. Zastosowanie retoryki jako metody badań tych reportaży wyznacza ogólny kierunek badań nad tekstem audiowizualnym i wykazuje powinowactwo z retorycznością stosowaną w literaturoznawstwie.

Badanie retoryczności reportażu telewizyjnego rozumiane jest jako badanie wykorzystanych reguł neoklasycznej retoryki do tworzenia skutecznej wypowiedzi. Dotyczy ono badania kompozycji tekstu audiowizualnego, sposobu argumentacji, perswazyjności oraz „przesłania autorskiego”. Analiza retoryczna pozwala więc sprawdzić to, czy reportaż został skonstruowany prawidłowo, a także czy konstrukcja posiada cechy formalnie atrakcyjne. Retoryka bada relacje pomiędzy tym, co warsztatowe, a tym, co artystyczne w przekazie medialnym.

Najwięcej informacji na temat dokumentarnych audiowizualnych form wypowiedzi pochodzi z badań filmoznawczych, których aparat badawczy i wyniki zaadoptowała nauka o mediach. Współcześnie pytania o naturę reportażu telewizyjnego nie mogą obyć się bez szerokich kontekstowych zapożyczeń z badań prowadzonych o filmie faktów. Jeśli chodzi o retoryczną perspektywę badawczą reportażu, sytuacja jest analogiczna. Filmoznawstwo, w następstwie badań językoznawczych i literaturoznawczych, zajęło się pytaniem o związki przekazów audiowizualnych z retoryką. Pionierem takich badań jest Bill Nichols, który uważa, że istotą wyводу retorycznego jest nie tyle samo poszukiwanie prawdy o świecie, co przekonanie słuchacza (widza). Nichols zapoczątkował badania retoryczne na audiowizualnych tekstach kultury, przekonując, iż tego typu przekazy tworzone są według reguł perswazyjności. Są więc narzędziem skutecznego komunikowania (Nichols 1980: 197).

⁴ Zob. F. Springer: <https://weekend.gazeta.pl/weekend/1,152121,18939556,byle-wojewodzkie-jak-sie-zyje-w-polsce-mniejszych-miast.html> [dostęp: 10.01.2020]. Słuchowisko w reżyserii autora: <https://ninateka.pl/audio/miasto-archipelag-filip-springer-13-15> [dostęp: 5.03.2020].

Metody badawcze, właściwe dla narracyjnego gatunku telewizyjnego, prezentowano w literaturze przedmiotu⁵. Wykorzystywano je w badaniach skupionych na komunikacyjnych aspektach konkretnych mediów, często badaniach kulturoznawczych, wynikających z zaczerpnięcia aparatu badawczego z teorii filmu, a także literaturoznawczych, w których koncentrowano się na problemie gatunkowości (Fras 2012; Balbus 2000). Do opisanie tekstowych form narracyjnych właściwy wydaje się strukturalistyczny aparat badawczy. Strukturalizm zapoczątkował badanie tekstowych wytworów kultury, zorganizowanych w różnych systemach znakowych – także obrazowych i dźwiękowych. W latach 1964–1971 pojawiły się prace Christiana Metza (*Le cinéma: langue ou langage*, 1964; *Langage et cinéma*, 1971), w których badacz zajmował się złożoną problematyką „języka” filmu. Jego stanowisko ewaluowało od przekonania, że film jest przekazem bez kodu, do tezy, że jest przekazem wielokodowym. Teoretyka fascynował złożony charakter przekazu audiowizualnego, ponieważ rzeczywistość znajduje w nim wyraz w całej swej różnorodności. Metz zauważył, że w filmie mamy do czynienia z kombinacją kodów, subkodów i systemów tekstualnych (Helman 1991: 35). Do znaczenia systemów tekstowych w retoryce powrócił Jerzy Ziomek:

[...] wypada [...] zauważyć, że teoria **tekstu nie jest zupełną nowością w badaniach, że teorią organizowania wypowiedzi ponadzdaniowej zajmowała się i zajmować może właśnie retoryka. Retoryka jest także sztuką budowania i rozumienia komunikatów niewerbalnych, czyli nie językowych** (Ziomek 1991: 13).

Ziomek powołuje się również na badania Jurija Łotmana dotyczące tekstowego charakteru kultury oraz struktury retorycznej każdej wypowiedzi, która posiada tzw. dodatkowe uporządkowanie. W tekstach audiowizualnych takie uporządkowanie dokonywane jest przez montaż, który ma doprowadzić do spójności przekazu skonstruowanego według pomysłu jego twórcy.

W rozumieniu podstawowym reportaż telewizyjny, należący do rodzaju filmowych dokumentów o charakterze narracyjnym, funkcjonuje jako rejestracja rzeczywistości. Zdarzenia, które miały miejsce przed kamerą, zostają zarejestrowane na taśmie celuloidowej lub elektronicznych nośnikach pamięci i stają się podstawą reporterskiej twórczej (lub odtwórczej) wypowiedzi. Specyfika filmu w ogóle, a nade wszystko form dokumentarnych, wpływa na to, że film służy rejestracji i archiwizacji (Przylipek 1998: 16). To sprawia z kolei, że dzięki formom dokumentarnym opisuje się najważniejsze problemy społeczne, polityczne,

⁵ Na rynku światowym badania J. Feuer (1992) czy J. Mittela (2004). Na uwagę badawczą zasługują niewątpliwie rozważania dotyczące gatunkowości w telewizji podejmowane na polskim rynku (np. Niesłony 2015), a także spojrzenia badawcze na ogólną naturę telewizji i innych mediów w różnych kontekstach badawczych (np. Bogunia-Borowska 2012 czy Sobczak 2018).

obyczajowe itp. Powstają reportaże poświęcone współczesnym wojnom z terroryzmem, obrazy o charakterze społecznym i kulturowym. Nieustannie obecna w dokumencie perswazja sprawia, że nieodzownym sposobem opisywania tych tekstów kultury jest perspektywa retoryczna, skupiająca uwagę badacza na programach telewizyjnych jako na wytworach kulturowych. Ważne staje się to, że przekazy dziennikarskie można traktować w analizie retorycznej jak konkretne teksty kultury. Perspektywa retoryczna współpracuje z literaturoznawczymi i medioznawczymi metodami badań, co sprawia, że wspólnie mogą one stanowić aparat badawczy dla gatunków medialnych, w tym telewizyjnych. Cele badawcze związane z zastosowaniem metody retorycznej mogą być różne – od analizy argumentacyjnej konkretnego tekstu werbalnego, audialnego i audiowizualnego aż po omówienie kulturowo rozpoznawalnych toposów, a na afektach kończąc. Ciekawe wnioski przynosi zastosowanie metody czytania tekstów kultury (*close reading* i *distant reading*), czyli tzw. bliskie i odległe czytanie. Jest to uważane analizowanie każdej tekstowej wypowiedzi i kolejno jej interpretacja kontekstowa (Kaliszewski, Żyrek-Horodyska 2018: 114–115). „Czytanie” reportażu, wypowiedzi wyrażonych w konkretnym języku, w określonej sytuacji komunikacyjnej, do konkretnego widza w określonym celu, w pewnym kontekście i wpisujących się w dyskurs tematyczny, można uznać za części składowe retorycznej analizy tekstu, zwłaszcza w podejściu neoklasycznym, gatunkowym, metaforycznym i nowo retorycznym.

2.1.3. Przedmiot badań i materiał badawczy

Przedmiotem badań jest telewizyjny reportaż filmowy, będący jednym z gatunków filmu dokumentalnego, który trafił do telewizji wraz z rozwojem współczesnego reporterstwa. Wywodzi się z dokumentu filmowego, który pierwotnie był przekazem kinowym. Jego historia związana jest z wynalazkiem kinematografu. Od 1896 roku bracia Lumière zatrudniali operatorów, których wysyłali do różnych zakątków świata, by zarejestrować ważne wydarzenia. Reportaż telewizyjny realizuje ważną cechę gatunkową, polegającą na wiernym ukazywaniu aktualnych wydarzeń i autentyzm gwarantowanym przez techniczny zapis kamer. Obraz rzeczywistości odtwarzanej na ekranie kinowym, a później telewizyjnym, ma walor uobecniania czasoprzestrzennego na zasadzie *hic et nunc* (tu i teraz). Coraz pełniejszy obraz tej rzeczywistości zapewniały kolejne wynalazki techniczne. W latach 60. ogromny wpływ na rozwój reporterstwa wywarło wynalezienie przenośnej kamery reporterskiej z zapisem magnetycznym na taśmie 16 mm. Pojawienie się zapisu cyfrowego i masowa produkcja małych, lekkich i tanich kamer spowodowała, że nagrywanie własnych reportaży stało się tak popularne jak wcześniej fotografowanie (Fiołek-Lubczyńska 2012: 935). Od lat 60. XX wieku reportaż filmowy jest głównie gatunkiem telewizyjnym, bo produkowanym przez telewizję i dla telewizji, co spowodowało konieczność określenia relacji między

rozmaitymi formami niefikcjonalnymi w telewizji, tradycyjnymi (jak transmisja) i nowszymi (jak *reality show* czy telenowela dokumentalna).

Zdecydowanie największym zainteresowaniem badaczy cieszą się reportaże z grupy programów interwencyjnych⁶, a także filmy o sztuce, które najczęściej przybierają formę reportaży artystycznych. Reportaże interwencyjne to przekazy telewizyjne, w których nadrzędna jest funkcja perswazyjna, oparta na argumentacji nakłaniającej. Perswazja jest w nich cechą nadrzędną, a przekaz nastawiony na skuteczność komunikacyjną. Realizowane jest za pośrednictwem wielu środków – językowych, obrazowych i dźwiękowych. Są to na przykład wizualno-werbalne tropy, środki stylistyczne, figury retoryczne, argumentacja topiczna i inne. Nie ma programu telewizyjnego, który byłby całkowicie pozbawiony funkcji perswazyjnej. Warto zwrócić uwagę na to, że bezpośrednie zwracanie się do widza, zbyt duża emocjonalność, wyróżniają te typy reportaży, które pretendują do miana wartościowych dokumentów, ale ich istnienie zaświadcza jedynie o istnieniu perswazyjnego modelu współczesnej telewizji. Skuteczność komunikacyjna i emocjonalne nacechowanie wypowiedzi telewizyjnej są właściwe wtedy, gdy argumentacja przeprowadzona jest rzetelnie, a dowody rzetelnie zebrane. Zdarza się, że autorskie reportaże interwencyjne noszą cechy właśnie takich wartościowych programów. Do tej grupy dokumentów medialnych należą reportaże należące do grupy dziennikarstwa śledczego, wojennego, interwencyjnego. Argumentacyjna siła przekazu skupia się bowiem na funkcji nakłaniającej, choć sam reportaż bywa postrzegany jako głos poszukujący prawdy o świecie. Reportaże interwencyjno-śledcze zbadali Monika Skarżyńska (cykl *Superwizjer Magazyn Reporterów*, TVN, 2011) oraz Marcin Poprawa (cykl *Uwaga!*, TVN, 2014). Skarżyńska opisuje strategie werbalne (język mówiony bohaterów oraz komentarzy odautorskich) w reportażach interwencyjnych. Dostrzega również ważne pozawerbalne aspekty (dźwięk, obraz) komunikacyjne reportaży telewizyjnych, ale nie zajmuje się ich opisem. Poprawa podejmuje trud opisu werbalno-wizualnych strategii perswazyjnych w reportażach/dokumentach interwencyjnych TVN. W obrębie kodu audiowizualnego badacz skupia się na opisie środków służących egzemplifikacji narracji tekstowej, takich jak np. kodowanie materiału dokumentalnego w różnych wariantach dokumentu filmowego z relacji, linearne i kolażowe kadry filmowe, jak również bogaty zestaw materiałów dźwiękowych (Poprawa 2014: 290).

Za każdym reportażem telewizyjnym stoi autor, który tworzy komunikat o właściwym dla siebie stylu. Reportażysty telewizyjni dość często, na podobieństwo dziennikarzy tworzących w dyskursie publicystyczno-literackim, wprowadzają do swoich programów wartości, które podnoszą reportaże do rangi sztuki, wytworów artystycznych. Tego typu reportaż znajduje swoje miejsce w telewizji.

⁶ Zob. Skarżyńska 2011. Bazą materiałową stały się dla autorki 124 programy Magazynu Ekspresu Reporterów w latach 2005–2008.

Reportaż artystyczny, autorski, wielki – tak można określić typ programu, który tematycznie może być poświęcony sztuce (ale nie jest to wyznacznik), a formalnie nastawiony jest na realizację funkcji autotelicznej i posiada wartości estetyczne. Reportaż artystyczny powstaje zgodnie z regułami syntaktyki filmowej, rządzącej się prawami retoryki. Dzięki montażowi twórca może nadać tekstowi audiowizualnemu kształt zgodny z własnym wyobrażeniem na temat filmowanego fragmentu rzeczywistości. Forma tego reportażu nie jest przezroczysta, przeciwnie – jest niezbędnym wskaźnikiem wartości tego programu (Fiolek-Lubczyńska 2011: 38–39). Reportaż wielki, artystyczny, autorski jest formalnie spowinowaczony z filmem dokumentalnym. Ten typ reportażu stanowi obiekt analizy, dzięki której można opisać wykorzystanie zasad retoryki w celu realizacji skutecznego przekazu medialnego.

2.1.4. Sposób analizy

Badanie reportażu telewizyjnego z perspektywy retorycznej dzieli się na następujące etapy:

- ustalenie granic tekstu i typu komunikatu medialnego;
- analiza typów argumentacji (*inventio*);
- analiza kompozycyjna komunikatu, tzw. pomysłu twórczego (*dispositio*);
- analiza tropów retorycznych komunikatu (*elocutio*).

Traktowanie reportażu telewizyjnego jako tekstu kultury wiąże się z przywołaniem osiągnięć badaczy strukturalizmu rozwijającego się w latach 60. i 70. ubiegłego wieku oraz Jurija Łotmana, który opisał strukturę tekstu artystycznego i określił jeden z najważniejszych wyznaczników każdego tekstu – **ograniczenie**.

Tekstowi właściwe jest ograniczenie – zauważa badacz. Pod tym względem tekst przeciwstawiony jest [...] wszystkim nie należącym do niego zmateriałizowanym znakom, zgodnie z zasadą zawierania-niezawierania. [...] Pojęcie granicy w różny sposób materializuje się w tekstach różnego typu: to początek i koniec tekstów w strukturze rozwijanej w czasie [...] rama w malarstwie, rampa w teatrze (Łotman 1984: 77–78).

Reportaż jako wypowiedź posiada zawsze takie ograniczenie, ma początek i koniec, i jako przekaz medialny stanowi całościowy komunikat w strumieniu telewizyjnym. Analiza jakościowa reportażu jest możliwa, gdy wyodrębni się jego właściwy tekst. Posiada on zazwyczaj charakter zamkniętej kompozycyjnie narracji o rzeczywistym czasie trwania od 15 do 90 min. Reportaż jest strukturą audiowizualną i powinien być analizowany jak komunikat tego typu. Narzędzi badawczych dominanty wyrazowej reportażu – wizualności, dostarcza filmoznawstwo. Z formalnym ograniczeniem tekstu audiowizualnego związane jest **kadrowanie**. Operację kadrowania Marek Hendrykowski definiuje w *Słowniku pojęć filmowych*

jako „[...] świadomy i celowy wybór określonego fragmentu rzeczywistości w polu widzenia kamery przez operatora” (Hendrykowski, *Tekst*, [w:] Helman, 1991: 133). Za pomocą obiektywu kamery reżyser-realizator wprowadza wizualną organizację tekstu, zasady kompozycyjne do sposobu postrzegania materialnej rzeczywistości.

Ograniczenia obrazu – stwierdza Rudolf Arnheim – dają się odczuć natychmiast. Przestrzeń objęta obrazem jest widoczna do pewnej granicy, po czym przychodzi brzeg, który odcina wszystko, co leży poza nim. [...] obraz filmowy jest wyraźnie zamknięty w określonych ramach. Widoczne jest tylko to, co pojawia się w obrębie tych ram. [...] rama jest absolutnie konieczna dla wydobycia walorów estetycznych obrazu 1 (Arnheim 1961: 58–59).

Opisywana przez Arnheima zasada dokonywania przez kamerę rozgraniczenia, rozczłonkowania przestrzeni, spełnia cechy konstytutywne tekstu, o jakich Łotman szerzej pisze w *Semiotyce filmu* (1983). Badacz zauważa, że gdy obiektyw kamery zostaje skierowany na wybrany fragment rzeczywistości, rodzi się pytanie o znaczenie tego, co pokazała kamera. Zbiór podobnych fragmentów rzeczywistości, zaprezentowanych w wybranych planach filmowych tworzy większe całości, zwane ujęciami. Ich zespolenie daje większe całości – sceny, sekwencje, czyli tę „[...] złożoną strukturę znaczeniową filmu, jaka dźwiga w nim »opowiadanie za pomocą ruchomych obrazów«” (Łotman 1983: 183). Fragmenty wizualności, dźwięki naturalne, muzyka, słowo są to systemy, które tworzą tekst audiowizualny za pomocą montażu. Analiza sposobu montowania materiału wizualnego w większe całości narracyjne oraz innych warstw – słownej i dźwiękowej – w konkretnych wypowiedziach medialnych jest ważnym elementem. Dzięki montażowi twórcy filmów i innych przekazów audiowizualnych tworzą np. struktury poetyckie i tropy retoryczne (metafory, symbole), czyli nadają wypowiedzi odpowiedni styl.

Reportaż audiowizualny jest rodzajem tekstu z rodziny narracyjnych, których domeną jest tłumaczenie i argumentacja, dlatego z dziedziny retoryki najważniejsze dla analizy tego typu tekstu jest *inventio* i *dispositio* oraz tłumaczenie i argumentacja. Wyróżnia się trzy typy argumentacji: etyczną (opartą na autorytecie), patetyczną (odwołującą się do emocji odbiorcy) i demonstracyjną (polegającą na trafnym przedstawieniu dowodów). Podstawą argumentacji etycznej w reportażu i filmie dokumentalnym jest etos twórcy reżysera-realizatora. Za przykład reportera posługującego się etosem może służyć Ewa Ewart, która w swoich reportażach wielokrotnie wyjaśnia złożone problemy świata. Analizy reporterki są dogłębne i rzeczowe, co sprawia, że przygotowuje wartościowe, poszukujące prawdy o świecie reportáže. Przyzwyczaiła widzów do tego, że kieruje obiektyw kamery na tematy ważne i dzięki temu zdobyła ich zaufanie. Argumentacja patetyczna jest obecna w każdym reportażu filmowym. Pojawia się zawsze wtedy, gdy warstwa obrazowa,

dźwiękowa czy słowna tekstu audiowizualnego wpływają na emocje odbiorcy. Retoryka patosu jest nierozłącznie związana z wzbudzaniem afektów, czyli różnymi sposobami stymulacji psychicznej widza. Techniki stymulacji afektywnej Arne Scheuremann nazwał „prezentacyjnymi technikami afektywnymi” (2005: 113–130). W przekazach audiowizualnych wykorzystuje się elementy właściwe sztuce filmowej, np. operowanie ostrym światłem, kontrastowymi kolorami, intensywnymi dźwiękami, szybkim montażem, nienaturalnymi odgłosami, głośną muzyką itd. Ze względu na skuteczność przekazu argumentacja powinna przebiegać na poziomie wszystkich warstw tworzywa audiowizualnego.

W analogiczny sposób reżyser-realizator wykorzystuje w tekście audiowizualnym jeden z instrumentów retoryki – topikę, gdy przeprowadza argumentację za pomocą ogólnie znanych i rozpoznawalnych motywów. Według Michała Rusinka toposem może być pojedynczy obraz, jak również słowo, mające znaczenie motywiczne, utrwalone w pamięci narodu jako wytwór konkretnej kultury. Według badacza ważne jest to, że topos nie wnosi niczego nowego w sensie znaczeniowym do samego przekazu, ale ma znaczenie fatyczne. „[...] Topos nic nie mówi, lecz buduje płaszczyznę porozumienia, tworzy kanał komunikacji” (Rusinek 2012: 76–86). Jest nieodzownym elementem procesu argumentacyjnego. Skuteczność reportażu audiowizualnego zależy więc od wartości, idei, poglądów, opinii, wyobrażeń na temat rzeczywistości, których używa w procesie komunikacji retorycznej sam twórca. Te z kolei muszą być powszechnie znane i rozumiane, by ich wykorzystanie nie budziło zastrzeżeń i nie stało się podstawą niezrozumienia treści dzieła. Skuteczność komunikacyjna jest podstawą realizacji nadrzędnej funkcji argumentowania demonstracyjnego, gdy relacja między argumentem a twierdzeniem jest rzeczywista i powtarza rzeczywistość (Przylipiak 2004: 99).

W dziedzinie *dispositio* ważne dla reportażu jest nadanie tekstowi, za pomocą montażu, odpowiedniej kompozycji, która pozwoli reżyserowi-realizatorowi opowiedzieć zaistniałe w rzeczywistości zdarzenia. W trakcie analizy retorycznej należy prześledzić czy wywód retoryczny, według którego skonstruowany jest reportaż, może zainteresować widza. Reportaż bywa opowieścią o zdarzeniu, postaci, zjawisku, a jako opowieść konstruowana za pomocą języka audiowizualnego ma zazwyczaj charakter narracyjny. Większość reportaży posiada kompozycję zamkniętą, która pozwala sprawnie opowiedzieć historię. Zdarza się, że reportaż wykorzystuje inną ramę kompozycyjną. Dzieje się tak wtedy, gdy opowiada o sztuce albo wykorzystuje środki wyrazowe innych sztuk, np. fotografii lub animacji. Wywód retoryczny w takim przekazie audiowizualnym może być skonstruowany według Łotmanowskiego rozumienia „tekstu w tekście”. „Tekst w tekście – zauważa badacz – to specyficzna konstrukcja retoryczna, w której odmiennosc w sposobach kodowania różnych części tekstu staje się czynnikiem ujawniającym autorskie komponowanie i czytelniczną percepcję tekstu” (Łotman, 1981: 13 [za:] Świontek, 1983: 107). Wprowadzenie jednego tekstu kultury – jakim jest np. fotografia – w strukturę innego – np. filmowego, wprowadza pewną

dialogiczność tychże tekstów. W przypadku fotografii, animacji i filmu można założyć, że teksty uzupełniają się – film ułatwia prezentację obrazu statycznego, który w ostateczności kreuje samodzielną rzeczywistość. Tym samym wzbogaca on przekaz filmowy. Klasycznym przykładem takiej sytuacji jest powracanie do przeszłości lub przedstawianie bohaterów reportażu za pomocą zdjęć oglądanych w czasie reportażu. W dokumencie *Sól ziemi* Wim Wenders opowiada biografię znanego fotografa Sebastião Salgado, której podstawę stanowią „zwierzenia” artysty wygłaszane do kamery i jego konkretne dzieła. Inny przykład zastosowania konstrukcji „tekst w tekście” to reportaż filmowy Piotra Słowikowskiego pt. *Notes Jerzego Dudy-Gracza* (1995). Bohater reportażu – malarz, prezentowany jest na trzech różnych czasowo i przestrzennie planach, które nie rozbijają strukturalnej spójności tekstu. We wstępie pokazywane są, w planach bliskich, obrazy-portrety – na przemian z ujęciami, w których czyjaś dłoń przewraca strony notesu-szkicownika. To wprowadzenie do świata sztuki, który obiektyw kamery pokazuje w sposób interesujący, wykorzystując własne środki wyrazu, by podkreślić piękno dzieł malarskich. Strategia narracyjna, z jaką mamy tu do czynienia w powyższych przykładach, opisuje bardzo dokładnie Małgorzata Pietrzak. Jej zdaniem sztuki widowiskowe, jak teatr i film, mogą korzystać ze wspólnych ram kompozycyjnych, aby wprowadzić do tekstu kultury inny tekst posiadający konkretną narrację, a więc nadać mu ramy pewnego – jak pisze badaczka – porządku retorycznego (Pietrzak 2012: 175). Taki porządek wynika z faktu wykorzystania zasad komponowania tekstu opowiadającego o sztuce. Narracja filmu została uporządkowana w taki sposób, by tematyka i forma prezentowanych zdjęć nie straciły swojego znaczenia.

Analizę retoryczną reportażu telewizyjnego należy zakończyć omówieniem warstwy dźwiękowej. Montaż pionowy⁷ w przekazie audiowizualnym służy nadaniu kompozycji dzieła w warstwie dźwiękowej, do której należą słowa (wypowiedź bohatera lub narratora), muzyka (skomponowana specjalnie do konkretnego przekazu, utwory istniejące, wykorzystane w reportażu wtórnie, spełniające funkcję ilustrującą), tzw. szmery i dźwięki akustyczne. Muzyka może stanowić wzmocnienie kompozycji organizującej warstwę obrazową. Zdarza się, że wizualna kłamra ilustrowana jest frazą muzyczną o podobnej konstrukcji. Ma to miejsce w reportażach artystycznych, w których dbałość o formę przekazu jest tak samo ważna jak dbałość o jego treść. Należy zbadać, czy w reportażu pojawiają się frazy muzyczne o charakterze refrenu. Powtórzenia tego typu mogą być stosowane w celu podkreślenia ważnych, prezentowanych w obrazie, treści. Reżyser skupia czasem uwagę widza na ważnych dla rozwoju opowieści przedmiotach,

⁷ Montaż pionowy w przekazie audiowizualnym łączy elementy warstwy dźwiękowej; montaż poziomy łączy elementy wizualne w całość kompozycyjną i dramaturgiczną dzieła. Zob. Płażewski 2008: 208–210.

bohaterach, miejscach i pokazuje je w planach bliskich. W warstwie dźwiękowej takie zbliżenia pojawiają się również. Zbliżenia dźwiękowe i powtarzane frazy dźwiękowe bywają wykorzystywane do tego, by oddziaływać na emocje widza. Podobne znaczenie ma nastrój fraz muzycznych, które mogą wpływać na fragmentaryczny oraz całościowy odbiór reportażu.

2.1.5. Podsumowanie

Retoryka wyposaża współczesnego badacza tekstów audiowizualnych w takie metody oraz narzędzia, których użycie pomaga wyjaśnić sens, rodzaj, wartość współczesnych dzieł, tekstów, wypowiedzi medialnych, służyć ich analizie i interpretacji. Z tego względu dokonał się swoisty renesans w Polsce i na świecie retorycznej analizy tekstu i krytycznej interpretacji różnych wypowiedzi dziennikarskich, w tym również reportażu telewizyjnego. Bez względu na to, czy mamy do czynienia z reportażem śledczym, którego głównym zadaniem jest dostarczenie widzowi rozrywki, czy z reportażem artystycznym, formalnie bliższym sztuce filmowej, możliwość zastosowania analizy retorycznej tekstu jest sposobem na zbadanie typu wypowiedzi medialnej i jej funkcji w procesie komunikacji telewizyjnej. To z kolei pozwala odpowiedzieć na pytanie o cel realizacji konkretnego reportażu telewizyjnego. Cele są różne i zależne od tego, czy reportaż jest sposobem na informowanie widza o świecie, czy stanowi sprawozdawczą prezentację zdarzeń z punktu widzenia reportera, czy jest publicystycznym obrazem wydarzeń uzupełnionym o komentarz odautorski, czy – wreszcie – jest to reportaż wielki, który łączy dokumentarność relacji z odautorską oryginalnością formy.

Literatura

- Arnheim Rudolf (1964), *Film jako sztuka*, przeł. W. Wertenstein, Wydawnictwa Artystyczne i Filmowe, Warszawa.
- Balbus Stanisław (1996), *Zagłada gatunków*, „Teksty Drugie”, nr 6 (59), s. 25–39.
- Bogunia-Borowska Małgorzata (2012), *Fenomen telewizji. Interpretacje socjologiczne i kulturowe*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2012.
- Fiołek-Lubczyńska Bogumiła (2002), *Rozchwywanie telewizyjnych struktur tekstowych przez reklamy*, [w:] *Tekst w mediach*, red. K. Michalewski, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź, s. 478–484.
- Fiołek-Lubczyńska Bogumiła (2008), *O telewizji i jej współczesnych formach tekstowości*, [w:] *Wypowiedź dziennikarska. Teoria i praktyka. Skrypt dla studentów dziennikarstwa*, red. B. Bogolebska, A. Kudra, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź, s. 105–119.
- Fiołek-Lubczyńska Bogumiła (2011), *O dokumencie telewizyjnym w ujęciu retorycznym. Wybrane problemy*, [w:] *Dyskursy komunikacji medialnej*, red. A. Filipczak-Białkowska, Primum Verbum, Łódź, s. 33–39.

- Fiolek-Lubczyńska Bogumiła (2012), hasło: *reportaż filmowy/telewizyjny*, [w:] *Słownik rodzajów i gatunków telewizyjnych*, red. G. Gazda, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa, s. 935–938.
- Fras Janina (2012), *Podstawy identyfikacji i typologii wypowiedzi w mediach masowych*, [w:] *Komunikacja. Teoria i praktyka komunikacji*, red. E. Kulczycki, M. Wendland, Wydawnictwo Naukowe Instytutu Filozofii UAM, Poznań, s. 13–29.
- Godzic Wiesław (2004), *Telewizja i jej gatunki po „Wielkim Bracie”*, Universitas, Kraków.
- Helman Alicja (1991), *Słownik pojęć filmowych*, t. 3, Wydawnictwo „Wiedza o Kulturze”, Wrocław, s. 124–151.
- Feuer Jane (1992), *Genre Study and Television*, [w:] R. *Channels of Discourse, Reassembled: Television and Contemporary Criticism*, red. R.C. Alle, Routledge, London s. 138–160.
- Jazdon Mikołaj (2017), *Reportaż a film dokumentalny*, „Magazyn Filmowy. SFP”, nr 6, https://www.sfp.org.pl/_vault/_files/2017/jazdon_skrot.pdf [dostęp: 1.08.2020].
- Kaliszewski Andrzej, Żyrek-Horodyska Edyta (2018), *Kilka uwag o metodach analizy tekstów dziennikarskich*, [w:] *Metody badań medioznawczych i ich zastosowanie*, red. A. Szymańska, M. Lisowska-Magdziarz, A. Hess, Instytut Dziennikarstwa, Mediów i Komunikacji Społecznej, Kraków, s. 113–142.
- Kąkolewski Krzysztof (1964), *Reportaż*, [w:] *Teoria i praktyka dziennikarska. Wybrane zagadnienia*, red. B. Golka, M. Kafel, Z. Mitzner, Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warszawa, s. 111–124.
- Klimczak Kinga (2011), *Reportaż radiowy – definicja, podziały*, „Acta Universitatis Lodziensis. Folia Litteraria Polonica”, nr 14 (1), s. 123–133.
- Kłosiński Michał (2010), *Problem hybrydy*, „Świat i Słowo”, nr 1 (14), s. 157–165.
- Lisowska-Magdziarz Małgorzata (2018), *Badanie wielomodalnych przekazów w mediach masowych. Od teorii do schematu analitycznego*, [w:] *Metody badań medioznawczych i ich zastosowanie*, red. A. Szymańska, M. Lisowska-Magdziarz, A. Hess, Instytut Dziennikarstwa, Mediów i Komunikacji Społecznej, Kraków, s. 143–166.
- Łotman Jurij (1983), *Semiotyka filmu*, przeł. J. Faryno, T. Miczka, Biblioteka Wiedzy Współczesnej, Warszawa.
- Łotman Jurij (1984), *Struktura tekstu artystycznego*, przeł. A. Tanalska, Państwowy Instytut Wydawniczy, Warszawa, s. 77–78.
- Łotman Jurij (1981), *Tiekst w tiekstie*, „Trudy po znakovym sistiemam”, XIV, Tartu.
- Michalewski Kazimierz (2009), *Komunikaty mieszane*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź.
- Mittel Jason (2002), *Genre and Television: From Cop Shows to Cartoons in American Culture*, Routledge, New York.
- Nichols Bill (1980), *Ideology and the Image*, Indiana University Press, Indiana.
- Niesłowny Kamil (2015), *Format telewizyjny jako „zaprzeczenie gatunku”*, [w:] *Gatunki i formaty we współczesnych mediach*, red. W. Godzic, A. Kozieł, J. Szyłko-Kwas, Poltext, Warszawa.
- Nurczyńska-Fidelska Ewelina (1984), *Rodzaje i gatunki filmowe*, [w:] *Kino i telewizja*, red. B.W. Lewicki, Wydawnictwa Szkolne i Pedagogiczne, Warszawa, s. 128–149.
- Pietrzak Małgorzata (2012), *Retoryka. Narzędzie w twórczej komunikacji. Teatr i film*, DiG, Warszawa.
- Plaźewski Jerzy (2008), *Język filmu*, Książka i Wiedza, Warszawa.

- Poprawa Marcin (2014), *Wербalno-wizualne strategie perswazji w telewizyjnym reportażu interwencyjnym*, „Język a Kultura”, nr 24, s. 283–306.
- Przyłipiak Mirosław (1998), *Polski film dokumentalny po 1989*, „Kwartalnik Filmowy”, nr 23, s. 203–215.
- Przyłipiak Mirosław (2004), *Poetyka kina dokumentalnego*, Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego, Wydawnictwo Polskiej Agencji Prasowej, Gdańsk–Słupsk.
- Rusinek Michał (2012), *Retoryka obrazu*, Słowo/obraz terytoria, Gdańsk.
- Scheuremann Arne (2005), *Moving Picture Audience – Affektkommunikation im populären Film*, [w:] A. Zika, *The Moving Image – Beiträge zu einer Medientheorie des bewegten Film*, Verlag und Datenbank für Geisteswissenschaften, Köln, s. 113–130.
- Skarżyńska Monika (2011), *Język reportażu telewizyjnego*, Semper, Warszawa.
- Sobczak Barbara (2018), *Retoryka telewizji*, Znak, Poznań.
- Springer Filip, <https://ninateka.pl/audio/miasto-archipelag-filip-springer-13-15> [dostęp: 5.03.2020].
- Springer Filip, <https://weekend.gazeta.pl/weekend/1,152121,18939556,byle-wojewodzkie-jak-sie-zyje-w-polsce-mniejszych-miast.html> [dostęp: 10.01.2020].
- Świontek Sławomir (1983), *Norwidowski teatr świata*, Wydawnictwo Łódzkie, Łódź.
- Ziomek Jerzy (1991), *Retoryka opisowa*, Ossolineum, Warszawa–Wrocław–Kraków.

2.2. Od pomysłu do realizacji. Retoryczna analiza telewizyjnego filmu dokumentalnego Michała Fajbusiewicza i Waldemara Piaseckiego pt. *Moja Misja – Krzysztof Grzegorzewski*

<https://doi.org/10.18778/8220-429-2.05>

2.2.1. Wstęp

W przedstawionym Czytelnikowi tekście proponuję analizę jednego z mało już znanych i dotąd nieopracowanych telewizyjnych filmów dokumentalnych z bardzo bogatego dorobku łódzkiego dziennikarza, reportażysty i dokumentalisty telewizyjnego, Michała M. Fajbusiewicza. Dorobek ten, szacowany na blisko 200 publikacji (nie licząc programów cyklicznych, jak np. 997, *Stan Krytyczny*, *Dajcie znak życia*, *Z Dwójką dookoła świata*, inne), zawiera bardzo różnorodne tematycznie reportaże i filmy dokumentalne, produkowane zarówno na potrzeby anten ogólnopolskich TVP, jak również łódzkiej anteny lokalnej. Znajdują się tam reportaże poświęcone sprawom społecznym, kryminalnym, ale także historycznym, podróżniczym, kulturalnym, a nawet – jak dziś by je określono – lifestyle’owym.

Osobną, bardzo ciekawą częścią tej twórczości jest seria filmów o tematyce żydowskiej. Niewątpliwie przyczynkiem do ich powstania był film do dziś uważany za najważniejszy w dorobku tego twórcy: *Moja Misja*, w całości poświęcony postaci prof. Jana Karskiego i jego roli w historii Polski XX wieku. Film ten – będący z formalno-prawnego punktu widzenia filmem dokumentalnym⁸ – był jedynym, jaki nakręcono i wyemitowano w Polsce jeszcze za życia profesora i z jego udziałem. Emisja filmu przyczyniła się *de facto* do ponownego odkrycia w Polsce postaci Jana Karskiego i uświadomienia polskiej opinii publicznej doniosłości jego misji. Taki był też cel przedsięwzięcia Michała Fajbusiewicza i Waldemara Piaseckiego.

Pomysł na film był przypadkowy: wiązał się z przygotowywaniem się M. Fajbusiewicza do wyjazdu do USA, gdzie na zlecenie Niny Terentiew miał zrealizować reportaże o policji nowojorskiej⁹. W ramach tych przygotowań dziennikarz rozmawiał jesienią 1995 roku z Waldemarem Piaseckim – emigrantem, osobistym sekretarzem prof. Jana Karskiego¹⁰ – który zainteresował go postacią profe-

⁸ B. Fiołek-Lubczyńska definiuje reportaż artystyczny jako jeden z rodzajów filmu dokumentalnego, wywodzącego się z gatunków filmowych (por. rozdział 3.1) i takie określenie można również zastosować do filmu *Moja Misja* z punktu widzenia genologii dziennikarskiej. Niemniej w sensie formalno-prawnym produkcja ta została zakwalifikowana jako film dokumentalny, co wiązało się także z innym budżetowaniem oraz o wiele wyższymi wynagrodzeniami dla autorów (rozmowy z M. Fajbusiewiczem z 15 marca 2020; nagrania i korespondencje w archiwum autora).

⁹ Chodzi o dwuczęściowy reportaż *Policja nowojorska*, wyemitowany w 1996 roku na antenie TVP 2 jako wydanie specjalne magazynu 997.

¹⁰ Z Waldemarem Piaseckim skontaktował Michała Fajbusiewicza operator TVP Łódź, Adam Kaczanowski.

sora i namówił do stworzenia filmu na jego temat. Początkowo trudności sprawiał research dziennikarski: w Polsce niewiele było dotąd publikacji poświęconych Janowi Karskiemu. Potwierdzało to tezę W. Piaseckiego, że prof. Karskiego nie doceniano w kraju. W tej sytuacji pozostawała kwerenda artykułów prasowych. Decyzją Andrzeja Fidyka, wówczas szefa reportażu w TVP1, Michał Fajbusiewicz został wysłany do USA, by przeprowadzić pierwsze wywiady z prof. Kar-skim¹¹. Budżet przyznany przez A. Fidyka systematycznie się powiększał, ponieważ M. Fajbusiewicz z J. Karskim i ekipą TVP Łódź jeździł po kilku krajach świata, rejestrując zdjęcia. Jak przyznał: „To była moja największa i najdroższa produkcja w życiu” (Fajbusiewicz, Omilianowicz 2019: 234).

Trwający 74 minuty film o Janie Karskim – bardzo długi jak na standardy telewizyjnych filmów dokumentalnych – zaowocował jeszcze kilkoma innymi produkcjami o nim, jakie mogli oglądać widzowie TVP1, ale także lokalnego programu TVP3 Łódź. Są to m.in.: *Profesor Jan Karski*, *Profesor Jan Karski w Łodzi*, *Debata Karski-Giedroyc*¹², a także relacje z wręczenia J. Karskiemu doktoratu honoris causa Uniwersytetu Łódzkiego (rok 1996) oraz tytułu Honorowego Obywatela Miasta Łodzi (rok 2000 – wraz z M. Edelmanem, R. Polańskim i K. Dejmkim). Jakkolwiek M. Fajbusiewicz interesował się już wcześniej tematyką żydowską (por. film *Kenda Bar Gera* z 1994 roku), to *Moja Misja* niewątpliwie była inspiracją dla innych jego filmów tej tematyce poświęconych. Zaliczamy do nich m.in.: *Dr Ores*, *Kiedys Hersz – dziś Grzegorz*, *Człowiek, którego nie było na liście Schindlera*, *Spowiedź*, *Oficer Legii Honorowej*, inne). Ten fakt również przesądza o wadze filmu *Moja Misja*. Proponowana poniżej analiza jest w istocie początkiem badań nad dorobkiem reporterskim i dokumentalnym Michała Fajbusiewicza, który dotąd nie doczekał się medioznawczego opracowania.

2.2.2. Materiał badawczy i metoda badań

Podstawową dla niniejszej analizy jednostką materiałową jest film dokumentalny *Moja Misja* według scenariusza i w reżyserii Michała Fajbusiewicza i Waldemara Piaseckiego¹³. M. Piasecki odpowiadał za organizację wyjazdów, kontakty

¹¹ Wszystkie informacje pochodzą z osobistych rozmów z M. Fajbusiewiczem (nagrania w archiwum autora analizy) oraz wywiadu-rzeki z tym dziennikarzem. Por. Fajbusiewicz, Omilianowicz 2019: 230–249.

¹² Michał Fajbusiewicz i Adam Kaczanowski zarejestrowali pierwsze – bodaj jedyne – spotkanie Jana Karskiego z Jerzym Giedroyciem w Maisons-Laffitte pod Paryżem. Z trwającego 3 godziny nagrania zaproponowano widzom godzinny skrót rozmowy, który wyemitowano w 1996 roku.

¹³ Udział Waldemara Piaseckiego w scenariuszu i reżyserii filmu był warunkiem postawionym przez prof. Karskiego. Wszystkie informacje nt. jego udziału w produkcji filmu pochodzą z rozmowy autora analizy z red. Fajbusiewiczem z 15 i 16 marca 2020 r. (nagranie w archiwum autora).

międzynarodowe z licznymi osobami i instytucjami, służył wiedzą merytoryczną oraz wszelką pomocą organizacyjną. Dzięki niemu możliwe było zarejestrowanie wywiadów z szeregiem osobistości i przedstawicieli instytucji państwowych, publicznych i naukowych w kilku krajach, m.in. w USA i Izraelu. M. Fajbusiewicz odpowiadał za kwerendę, układ materiału w filmie, współpracę z operatorem Adamem Kaczanowskim, wykorzystanie zdjęć i materiałów archiwalnych, prowadzenie wywiadu dziennikarskiego (niekiedy jednak przy pomocy W. Piasieckiego), słowem: wszelkie prace dziennikarskie i koncepcyjne dziennikarza telewizyjnego. W tym sensie efekt końcowy – gatunek dziennikarski, który powstał – jest przede wszystkim jego dziełem.

Materiał pomocniczy do analizy stanowi dokumentacja, w tym stenogramy w postaci elektronicznej przygotowane przez asystentkę red. Fajbusiewiczza, Joannę Przybył; zawierają one dosłowny opis nagrań roboczych ze wszystkich kaset (w tym zapisy wszystkich rozmów). Pierwotnie zarejestrowano czterdzieści dwie 30-minutowe kasety systemu Betacam SP, z których do chwili publikacji niniejszego tekstu zachowało się jedynie dziesięć, z nagraniami wykorzystanymi w filmie oraz nigdzie niepublikowanymi materiałami z czasu ostatniego pobytu Jana Karskiego w Łodzi w 2000 roku (na miesiąc przed śmiercią). Zawartość tych kaset jest cennym uzupełnieniem analitycznego spojrzenia na film, jest tam bowiem wiele cennej wiedzy pochodzącej od samego profesora jako świadka historii XX wieku.

Nad filmem pracowała z red. Fajbusiewiczem ta sama ekipa, która uczestniczyła w niemal wszystkich jego produkcjach reporterskich i dokumentalnych oraz – z niewielkimi zmianami w ciągu powstawania – wielu produkcjach seryjnych, przede wszystkim przy magazynie 997. Stąd też widzowie mogą się doszukiwać wielu podobieństw stylistycznych w zakresie formy tych programów. W jej składzie warto wyróżnić wysoko cenionego operatora Adama Kaczanowskiego.

Jako autor analizy pragnę złożyć serdeczne podziękowania red. Michałowi Fajbusiewiczowi za udostępnienie tych unikalnych materiałów i bogatej dokumentacji.

Celem prezentowanego tekstu jest dokonanie retorycznej analizy filmu *Moja Misja* przy użyciu dwóch metod retorycznej analizy tekstu: neoklasycznej i gatunkowej. Efektem analizy ma być odpowiedź na pytania:

1. W jaki sposób został skomponowany ten film dokumentalny i wykonania jakiej pracy wymagał od twórców?
2. Czy badany film spełnia założenia gatunkowe telewizyjnego filmu dokumentalnego? (Godzic, Kozieł, Szydło-Kwas 2015; Godzic 2004; Uszyński 2004).

Jak zaznacza B. Fiolek-Lubczyńska (por. rozdział 3.1), kluczowe z punktu widzenia takich badań jest traktowanie filmu dokumentalnego jako **tekstu kultury**. Rodzi to następujące konsekwencje:

- jest on ograniczony,
- stanowi całościowy komunikat w strumieniu telewizyjnym,

- przedstawia określoną wartość formalną i tematyczną,
- zawiera pogłębioną, autorską refleksję.

Jak zauważa Mirosław Przyłipiak, retoryczność filmu dokumentalnego jako tekstu kultury „nie polegałaby po prostu na uporządkowaniu, na jakiejś kompozycji, lecz na organizacji dyskursywnej przekazu” (Przyłipiak 2004: 104). Dokonując retorycznej analizy dokumentu, należy więc zbadać następujące elementy:

- kompozycję rozumianą jako sposób organizacji materiału faktograficznego w celu skutecznej argumentacji (*inventio, dispositio*),
- jakość tekstu werbalnego jako nadrzędnego w stosunku do przekazu audialnego i wizualnego,
- jakość przekazu audialnego i wizualnego jako składników współkomponujących sens i sprzyjających perswazji.

Badania zostały przeprowadzone z użyciem wybranych retorycznych metod analizy tekstów (Foss 2004). Wśród metod tych – wskazanych przez J.Z. Lichańskiego jako dających się wykorzystać do badań medialnych (Lichański 2010: 387–388) – zdecydowano się na wybór:

a) krytyki neoklasycznej – wywodzącej się z retoryki arystotelejskiej, kwintylińskiej, cyceronńskiej i innych klasyków, a skoncentrowanej przede wszystkim na etapach przygotowania i kompozycji tekstu;

b) analizy gatunkowej – traktującej badany tekst jako reprezentanta określonego gatunku, tu: gatunku dziennikarskiego, jakim jest telewizyjny film dokumentalny.

Wybór dwóch z jedenastu w sumie dostępnych metod analizy tekstu jest na potrzeby krótkiej analizy wystarczający – ale podyktowany także pewnymi ograniczeniami. Z perspektywy **retoryczności reportażu artystycznego** (i szerzej: filmu dokumentalnego) proponowanej w tym tomie kluczowe znaczenie ma **analiza jego kompozycji: traktowanie audiowizualnego tekstu kultury tak samo, jak tekstu werbalnego: przemowy, którą należy skomponować tak, by była przekonująca**.

Oczywiście do bardziej szczegółowych i wyspecjalizowanych badań nadają się także inne uporządkowane przez J. Lichańskiego metody retoryczne. Analizując *Moją Misję*, można rozważyć jeszcze podejście dramatystyczne – postrzegające tekst jako „ucieleśnienie swoistego dramatu, na który składają się takie elementy jak: kto zrobił, co zrobił, gdzie, jak, kiedy, za pomocą czego i z czyją asystą” (Lichański 2010: 388). Byłoby ono zasadne o tyle, że można za jego pomocą przyrzeć się postaci głównego bohatera tekstu, Jana Karskiego, a raczej sposobowi, w jaki została ta postać ukazana w dokumencie pod względem merytorycznym. Analiza taka nie dotyczyłaby jednak dokumentu telewizyjnego jako takiego, który jest w tym opracowaniu najważniejszy. Wymaga ona poza tym poszerzonej wiedzy z publikacji na temat II wojny światowej i Holocaustu (Rees 2018), znajomości historii Polski (Sowa 2011; Wieczorkiewicz 2014) i świata w XX wieku (Bankowicz 2004), a przede wszystkim w czasach współczesnych

profesorowi Karskiemu i jego działalności. Film koncentruje się w dużej mierze na jego misjach kurierskich, w tym najważniejszej: poinformowaniu polityków świata zachodniego (krajów alianckich) o tragedii Żydów na ziemiach polskich. Jednak nie tylko – można go w szerokiej perspektywie potraktować także jako film biograficzny, prezentuje on bowiem w skrócie całe życie profesora, od jego łódzkiego dzieciństwa, przez doświadczenia wojenne oraz pracę i życie na emigracji w USA, w tym karierę zawodową, po sukcesy i osiągnięcia, a nawet osobiste wątki biograficzne (np. związek małżeński z Polą Nireńską). Analiza taka byłaby ciekawa jako prezentująca „świat przedstawiony” tego filmu i z pewnością zasługuje na osobne opracowanie.

Podobnie przedstawia się przeprowadzenie analizy metaforycznej (skoncentrowanej na badaniu aparatu tropologicznego). Byłoby ono również możliwe, choć w jakimś osobnym tekście badawczym. Można by je rozszerzyć jeszcze o elementy analizy narracyjnej (korzystającej z narzędzi narratologicznych) i wreszcie neoretorycznej (śledzącej aparat argumentacyjny tekstu, przesądzający o jego racjonalności). Analiza taka byłaby dwupłaszczyznowa:

a) język, styl i argumentacja wypowiedzi bohatera filmu, prof. Jana Karskiego, wraz z wypowiadającymi się na jego temat innymi osobami w filmie jako kontekście;

b) język, styl i argumentacja autorów, tu: M. Fajbusiewicza i W. Piaseckiego, manifestujące się na poziomie werbalnym w postaci tekstu lektorskiego odczytywanego przez T. Boruszcza.

Można tu bowiem mówić o dwóch *homo rhetoricusach* (Grzegorzewski 2014) występujących w filmie: J. Karskim oraz, w szerszym sensie, M. Fajbusiewicz i W. Piaseckim (retoryczny podmiot zbiorowy). Badania przekazu werbalnego byłyby skoncentrowane w pierwszym przypadku na indywidualnej retoryce mówcy w odniesieniu do pojęcia podmiotu retorycznego (Grzegorzewski 2014: 25–43), zaś w drugim: retoryce specyficznie zredagowanego tekstu dziennikarskiego (Pisarek 2002) i ew. jego wykonania lektorskiego z perspektywy prozodii komunikacyjnej (Szwajkowska 2013). W odniesieniu do samego filmu, a więc działań Michała Fajbusiewicza jako twórcy, można przeprowadzić także badania nad przekazem pozawerbalnym, przy użyciu narzędzi wypracowanych przez filmoznawców pracujących nad filmem dokumentalnym i reportażem (Przylipek 2006; Skarżyńska 2011). W tekście niniejszym, w odniesieniu do *Mojej misji*, problematyka „ja mówiącego” zostaje przywołana jedynie **jako cecha kompozycyjna** tego filmu.

Metod i sposobów analizowania jest zatem dużo, jednak celem tej analizy pozostaje kompozycja. Według zasad klasycznej retoryki kwintylińskiej wyróżniamy pięć etapów przygotowania tekstu: *inventio* (zbieranie materiałów i informacji), *dispositio* (opracowanie materiałów i sposobu ich wykorzystania), *elocutio* (nadanie odpowiedniej formy stylistycznej), *memoria* (zapamiętanie mowy), *actio* (wygłoszenie) (Kwintilian 2002). Przykładając ten schemat do telewizyjnego filmu dokumentalnego, można stwierdzić, że:

a) *inventio* należy rozumieć jako zbieranie materiału do publikacji w postaci szeroko i wąsko rozumianego wywiadu dziennikarskiego (Adams, Hicks 2007), dokonanie kwerendy (także w odnośnych archiwach) oraz wykonanie zdjęć filmowych;

b) *dispositio* obejmuje wszelkie działania polegające na opracowywaniu zebranego materiału, a więc selekcję i segregację materiałów (*gatekeeping*), ustalenie ich kolejności oraz kontekstu występowania w filmie;

c) *elocutio* oznacza wszystkie zabiegi mające na celu stworzenie określonego gatunku telewizyjnego: edycję i montaż zdjęć, udźwiękowienie, oprawę muzyczną, napisanie ewentualnego tekstu lektorskiego i zlecenie przeczytania go wybranemu lektorowi, napisy i infografiki, wreszcie audiowizualne efekty specjalne;

d) *memoria* w przypadku gatunku telewizyjnego sprowadza się do zapisania gotowej formy w postaci analogowej lub cyfrowej, na nośniku fizycznym bądź wirtualnie w postaci pliku;

e) *actio* w przypadku telewizji oznacza wyemitowanie programu na antenie premierowo i później w postaci powtórzeń, a obecnie także udostępnienie online i wreszcie wydanie z przeznaczeniem na rynek (samą emisję można jeszcze uzupełnić o zapowiedź lub/i dyskusję, a wydanie komercyjne o jakieś materiały dodatkowe)¹⁴.

O formie utrwalenia oraz emisji filmu dokumentalnego decyduje nie autor, lecz odnośna redakcja telewizyjna, przeto analiza przeprowadzona została na trzech płaszczyznach: *inventio*, *dispositio*, *elocutio*.

2.2.3. Retoryczna analiza filmu *Moja Misja*

2.2.3.1. *Inventio* – zbieranie materiałów do publikacji

Przystępując do analizy, należy wskazać cel, jakim autor się kierował, zrekonstruować etapy powstawania filmu oraz – w miarę możliwości – ustalić, jakie były materiały wyjściowe do jego produkcji. Jak już wspomniano wcześniej, pomysł stworzenia *Mojej Misji* był *de facto* przypadkowy. Po rozmowie z W. Piaseckim Michał Fajbusiewicz bardzo szybko zafascynował się postacią prof. Karskiego i postanowił przekonać do realizacji i emisji filmu Andrzeja Fidyka. **Celem**, jaki sobie dziennikarz postawił, było „odkrycie” na nowo polskim telewidzom postaci Jana Karskiego oraz uświadomienie doniosłości jego misji kurierskiej w historii II wojny światowej i historii Polski.

Publikacji książkowych czy monografii na temat Jana Karskiego w Polsce wówczas nie było; okazało się także, że niewiele było publikacji samego profesora

¹⁴ W przypadku niniejszego filmu na *actio* składa się jeszcze przygotowanie płyty DVD z filmem, prezentacje filmu przez autora na licznych spotkaniach w Polsce i zagranicą (m.in. w środowiskach polonijnych i żydowskich w USA), wreszcie przygotowanie multimedialnej płyty pt. *Jan Karski. Powrót bohatera*, wydanej przez Muzeum Miasta Łodzi i szereg prelekcji dla młodzieży na podstawie tej płyty.

(tę najważniejszą, *The story of the secret state*, wydano w Polsce w 1999 roku w tłumaczeniu W. Piaseckiego, potem w roku 2014 w tłumaczeniu Grzegorza Siwka – por. Karski 2014). Autor filmu zaczynał od artykułów prasowych oraz rozmowy z samym J. Karskim w Warszawie w 1995 roku, gdzie profesor przebywał na zaproszenie ówczesnego prezydenta RP Aleksandra Kwaśniewskiego. Zgoda szefa redakcji reportażu TVP1 i przyznany budżet umożliwiły w 1996 roku wyjazd ekipy TVP Łódź do USA, gdzie można było zacząć realizację. Jak przyznaje sam M. Fajbusiewicz, nie istniał początkowo żaden przygotowany plan działania ani tym bardziej produkcji. Zaczęto od rozmów z samym profesorem, a następnie rejestrowano wywiady niemal ze wszystkimi związanymi z nim osobami, do jakich w ogóle udało się dotrzeć. Prace te miały charakter improwizowany, w dużej mierze spontaniczny (co skądinąd jest charakterystyczne dla zawodu dziennikarskiego i Michał Fajbusiewicz także wielokrotnie tak działał¹⁵) – tym samym mają w sobie więcej ze specyfiki pracy reportera niż producenta czy reżysera filmowego. W zakresie *inventio* opierają się one na **szeroko i wąsko rozumianym wywiadzie dziennikarskim**: pozyskiwania informacji na potrzeby publikacji oraz wielu wywiadów z osobami związanymi z profesorem. Bardzo wiele merytorycznego wkładu oraz organizacyjnej pomocy zapewnił Waldemar Piasecki, osobisty sekretarz J. Karskiego: dzięki niemu m.in. było możliwe dotarcie do wielu osobistości Izraela oraz rozmowy w przedstawicielami środowisk żydowskich w Ameryce. W. Piasecki jest także specjalistą znającym znakomicie życiorys Jana Karskiego; opublikował dwie części poświęcone mu niezwykle obszernej biografii (Piasecki 2015, 2017; trzecia część w przygotowaniu). Dysponował więc naonczas niezliczoną ilością informacji i szczegółów, a także wieloma znajomościami, które – poza otwartością samego profesora – w dużej mierze ukształtowały film pod względem merytorycznym. Autorzy *Mojej misji* zadbali o pozyskanie wielu cennych źródeł informacji w postaci wywiadów dziennikarskich, m.in. z polskimi i zagranicznymi politykami (np. Aleksander Kwaśniewski, Meir Lau, Szewach Weiss), uznanymi przedstawicielami świata kultury i mediów (m.in. Jerzy Giedroyc, Ryszard Horowitz, Thomas Wood) czy wreszcie naukowcami (m.in. Jan Słowikowski, Józef A. Gierowski). W filmie pojawiają się wypowiedzi świadków historii, przede wszystkim osób, które zetknęły się z Janem Karskim, jak np. Żydzi ocaleni z getta warszawskiego. Najważniejszym jednak rozmówcą i źródłem bezcennej wręcz wiedzy historycznej był sam bohater filmu, prof. Jan Karski. Aby móc zrealizować film, Michał Fajbusiewicz i jego ekipa podróżowali z nim i rejestrowali zdjęcia w licznych miejscach w rodzinnej Łodzi, ale także w Warszawie i na terenie dawnego hitlerowskiego obozu koncentracyjnego w Izbicy. Wiele zdjęć nakręcono

¹⁵ Informacje pochodzą ze wspomnianego wcześniej wywiadu-rzeki (Fajbusiewicz, Omilianowicz 2019) oraz licznych rozmów przeprowadzonych przez autora artykułu z red. Fajbusiewiczem.

w USA, gdzie profesor Karski żył i pracował po wojnie, oraz w Izraelu (wymienić tu należy choćby Bazylikę Narodzenia Pańskiego i Dolinę Zabitych Współnot).

Zachowane w archiwum autora kasety z materiałem roboczym zawierają dość obszerne fragmenty rejestracji z poszczególnych miejsc (np. 36 minut w Jerozolimie, podobnie w Betlejem itp.). Jak można przypuszczać, zawierają one także materiały nagrywane niejako „przy okazji”, wykorzystywane potem w innych, bieżących produkcjach – jak choćby zapis pasterki w bazylice w Betlejem czy życzenia dla wiernych składane z okazji Bożego Narodzenia i Nowego Roku przez polskiego księdza pełniącego tam posługę duszpasterską. M. Fajbusiewicz stwierdza, że w przybliżeniu zarejestrowano łącznie około 1500 minut materiału surowego¹⁶. W dokumentacji przygotowanej przez Joannę Przybył znajdują się opisy czterdziestu dwóch 30-minutowych kaset systemu Betacam SP, opatrzonych numerami katalogowymi archiwum TVP Łódź¹⁷, z samym tylko materiałem dziennikarskim.

Podstawą *inventio* był jednak nie tylko rezultat blisko rocznej pracy dziennikarskiej Michała Fajbusiewicza i Waldemara Piaseckiego. Przy realizacji filmu korzystano z archiwaliów TVP, archiwaliów Jana Karskiego, fragmentów wcześniejszych filmów i narracji o profesorze, archiwów Muzeum Holocaustu w Waszyngtonie, a także Kibucu im. Bohaterów Getta. Korzystano z pomocy PLL Lot, ambasad RP w Paryżu i Waszyngtonie. W przedsięwzięciu pomagali także Michał Hochman i Tadeusz Mysłowski. Na *inventio* składała się również wiedza pozyskana z innych przekazów dziennikarskich oraz wiedza samego Waldemara Piaseckiego jako pomysłodawcy filmu. Korzystano z archiwalnych materiałów fotograficznych i filmowych, wykonywanych m.in. na terenie getta łódzkiego i getta warszawskiego, obozów koncentracyjnych, okupowanej Polski oraz innych krajów związanych z akcją filmu. Chcąc przybliżyć widzom biografię profesora, wykorzystano zdjęcia przedwojennej Łodzi, na poziomie *dispositio* łączonymi z zapisem podróży Jana Karskiego z ekipą telewizyjną po swoim rodzinnym mieście i jego wspomnieniami (przeznaczono na to dwie kasety Betacam SP). Wspomnienia profesora ilustrowano zdjęciami związanych z nim pamiątek¹⁸.

¹⁶ Ponieważ na czterdziestu dwóch kasetach o długości 30 minut da się zapisać łącznie 1260 minut materiału, należy zakładać, że w liczbie podanej przez M. Fajbusiewicza zawierają się także nagrania realizowane z udziałem prof. Karskiego w 2000 roku. Miały one służyć do produkcji kolejnych filmów o profesorze.

¹⁷ 30 minut to maksymalny podawany przez producentów czas zapisu kasety Betacam SP w rozmiarze kamerowym (w praktyce można było dokonać niemal 35–36 minut nagrania). Kasety w większym rozmiarze – do magnetowidów studyjnych – oferowały maksymalnie ponad 90 minut zapisu. Magnetowid systemu Betacam SP w posiadaniu autora tekstu.

¹⁸ Wiele takich pamiątek zgromadzono w pałacu Poznańskich w Łodzi, gdzie z inicjatywy Michała Fajbusiewicza powstał specjalny gabinet profesora. Wskutek starań M. Fajbusiewicza nadano także imię Jana Karskiego jednej z ulic w centrum Łodzi, położonej w pobliżu pałacu Poznańskich i Manufaktury.

W zakresie *inventio* film przygotowano więc nader skrupulatnie, a zebrana dokumentacja – tak w postaci nagrań wideo, jak również dokumentów pisanych, fotografii i materiałów archiwalnych – była niezwykle obszerna. Przybliżone obliczenia wskazują, że na czterdziestu dwóch kasetach można było zarejestrować 1260 minut materiału – a więc siedemnastokrotnie więcej niż czas trwania filmu. Ze względu jednak na wykorzystanie różnego rodzaju archiwaliów proporcje te powiększają się prawie półtorakrotnie¹⁹.

2.2.3.2. *Dispositio* – struktura i układ materiałów w filmie

Film *Moja Misja* stanowi **kompozycję artystyczną o strukturze zamkniętej**, wyraźnie zaznaczonym początku i zakończeniu. Materiały zostały ułożone **chronologicznie** w taki sposób, aby były zrozumiałe, nie wymagały dodatkowych wyjaśnień czy uzupełnień. Film M. Fajbusiewicza można pod względem treści określić jako biograficzny, więc wybór takiej właśnie struktury wydaje się oczywisty. Autorzy zaczynają opowieść od dzieciństwa i młodości profesora. Początek tej opowieści ma swoje źródło w Łodzi, gdzie Jan Karski urodził się jako Jan Kozielski²⁰ i mieszkał w ubogiej, rzemieślniczej rodzinie przy ul. Kilińskiego 107. Tutaj wychowywał się w atmosferze uwielbienia dla Józefa Piłsudskiego i – co ważne dla obecnych w filmie wątków wyznaniowych – w wierze katolickiej, jednak przy zachowaniu tolerancji dla innych wyznań. Wykształcenie wyższe zdobył na uniwersytecie we Lwowie, gdzie studiował prawo i dyplomację. Po studiach odbył służbę wojskową z wyróżnieniem, dostając stopień oficerski. Jeszcze w międzywojniu zainteresowało się nim Ministerstwo Spraw Zagranicznych II RP, wysyłając go na liczne szkolenia, stypendia i misje zagraniczne do krajów Europy Zachodniej (głównie Francji i Anglii). Ten fragment życiorysu profesora pokazany jest niezbyt obszernie, ale barwnie: autor filmu dotarł m.in. do dawnych kolegów gimnazjalnych J. Karskiego, którzy przed kamerą zaśpiewali mu fragment piosenki o piłsudczykach.

Jak wcześniej wspomniano, korzenie łódzkie pokazano we współczesnej filmowi Łodzi – uzupełniając jednak współczesne zdjęcia licznymi archiwaliami. Jeżdżono z profesorem w liczne miejsca związane z jego dzieciństwem i wczesną młodością, jak m.in. w miejsce, gdzie znajdowała się wówczas kamienica, w któ-

¹⁹ Wskazuje na to proporcja materiałów archiwalnych, występujących w przybliżeniu w stosunku 1/3 do współcześnie rejestrowanego materiału wideo. Zważywszy na możliwość zarejestrowania faktycznie nieco większej ilości nagrania niż czas podany przez producenta – jak również przypuszczenie, że nie wszystkie niedostępne już kasety musiały być zapisane całkowicie – podane tu proporcje należy traktować wyłącznie jako przybliżone.

²⁰ Kozielski to prawdziwe nazwisko profesora; nazwisko Karski było pierwotnie jego pseudonimem konspiracyjnym, który po wojnie przyjął na stałe.

rej mieszkał²¹; „zwiedzono” w ten sposób znaczną część centrum Łodzi, z ulicą Piotrkowską i placem Wolności na czele. W Warszawie ekipa nagrywała zdjęcia w kościele Świętego Krzyża, z którym J. Karski był związany w międzywojniu i później, w konspiracji. Zarejestrowano także spotkanie profesora z Żydami ocalałymi z Holocaustu na warszawskim Umschlagplatzu.

Z większą szczegółowością i bardziej obszernie opowiedziano w filmie działalność J. Karskiego podczas II wojny światowej: aresztowanie i osadzenie w obozie sowieckim w Kozielszczynie; wymianę ludności i ucieczkę z niemieckiego pociągu na terenie okupowanej przez hitlerowców Polski; zaciągnięcie się do konspiracji i pierwsze misje kurierskie; wpadkę na granicy ze Słowacją i osadzenie w gestapowskiej katowni w Preszowie, gdzie profesor podciął sobie żyły; zorganizowanie ucieczki ze szpitala w Nowym Sączu (dokąd przewiozło go gestapo) i wreszcie dalszą działalność w konspiracji. **Punktem kulminacyjnym** filmu jest jednak najważniejsza misja J. Karskiego: dotarcie do aliantów zachodnich z raportem i informacjami na temat losu Żydów w okupowanej Polsce. Celem organizacji żydowskich w kraju, z którymi skontaktował J. Karskiego Cyryl Ratajski, było przede wszystkim przesłanie do aliantów zachodnich następującego przekazu: oczekiwania, by „ratowanie Żydów od zagłady stało się częścią strategii wojennej aliantów”. Jak powszechnie wiadomo, na Zachodzie Karskiemu nie uwierzono. Przywódcy wojenni do samego końca II wojny światowej nie ujawniali stanu wiedzy i świadomości na temat tragedii Żydów w okupowanej Polsce, mimo że zostali profesjonalnie poinformowani; nie tylko przez obszerny, 34-stronicowy raport na mikrofilmie, który Karski na Zachód przemyślił, ale także na podstawie osobistych obserwacji, jakich dokonał, wprowadzony przez organizacje żydowskie do getta warszawskiego oraz miejsc zagłady Żydów w Izbicy i Bełżcu. Temu tematowi – opisanemu szczegółowo i wzbogaconemu o wypowiedzi licznych osobistości i wiele materiałów archiwalnych – poświęcono 30 minut z 74-minutowej całości. Ponieważ jednak przez cały czas trwania filmu zachowano spójność kompozycyjną: podobne tempo montażu, sposób przeplatania „setkami”²² i archiwaliami – widz nie ma wrażenia spowolnienia akcji ani spadku napięcia dramatycznego. Należy jednak zwrócić uwagę na ten zabieg retoryczny, zastosowany na płaszczyźnie kompozycji, a polegający na **zastosowaniu charakterystycznych proporcji czasowych w prezentowaniu opisywanych wydarzeń**.

²¹ W 1996 roku, gdy film realizowano, w pobliżu tego miejsca znajdował się dworzec Łódź Fabryczna w zabytkowej jeszcze wersji, a także nieistniejący już dziś hotel Centrum powstały w latach 70. XX w.; po drugiej stronie skrzyżowania z ulicą Narutowicza Filharmonia Łódzka z lewej strony oraz hotel Polonia z prawej. Obecnie hotel Centrum zburzono, podobnie jako dworzec Łódź Fabryczna, w miejsce którego zbudowano całkowicie nową infrastrukturę kolejową i inne budynki (Brama Miasta, Galeria EC-1), zaś teren całkowicie zrewitalizowano. Ma to znaczenie dla współczesnego widza, ponieważ pokazywana w tym filmie Łódź wygląda obecnie zupełnie inaczej.

²² Setka – wypowiedź do kamery cechująca się 100% zgodnością obrazu z dźwiękiem.

Jako że misja Karskiego była bez wątpienia najważniejszym elementem treści filmu, zdecydowano się dokonać swoistej **amplifikacji za pośrednictwem struktury**, przy jednoczesnym zachowaniu dotychczasowej dynamiki na poziomie montażu (stąd nie możemy mówić jeszcze o hiperboli). Oczywiście wymagało to zebrania większej ilości informacji i szczegółów, a więc dokładniejszego przyjrzenia się temu fragmentowi życiorysu profesora; autorzy dokumentu musieli mieć tę świadomość już na poziomie *inventio*.

Dalsze sekwencje filmu są już poświęcone powojennemu życiu Jana Karskiego: jego karierze naukowej na Georgetown University w Waszyngtonie, zainteresowaniom naukowym (przede wszystkim politologicznym i historycznym) oraz związkowi małżeńskiemu z Polą Nireńską, polską tancerką pochodzenia żydowskiego, którą poznał jeszcze przed 1939 rokiem. Wątki naukowe, w tym liczne nagrody i wyróżnienia, zostały skwitowane w filmie jedynie kilkoma zdaniami. J. Karski zastrzegł sobie, by ich nie eksponowano, ponieważ uważał je za „przeceniające jego postać oraz niezasłużone”, o czym autorzy poinformowali widza w napisach końcowych, zaprezentowanych na tle ostatniej sekwencji, nakręconej w Izraelu. Jednakże autorzy filmu o tych osiągnięciach wspomnieli. Inaczej sprawa kształtuje się z wątkami osobistymi. Kasety z materiałem surowym zawierają m.in. zdjęcia Jana Karskiego na cmentarzu w Jerozolimie, gdzie odwiedza on grób swoich teściów (jako jedynych ocalałych z rodziny jego żony, dzięki ucieczce przed wojną). Sekwencje te nie zostały w filmie wykorzystane. Mamy tu więc do czynienia ze świadomym **współkształtowaniem dokumentu przez jego bohatera na płaszczyźnie dispositio**. Jan Karski niejednokrotnie prosił, by określone treści były lub nie były eksponowane albo by w ogóle nie były poruszane.

Śmierć żony J. Karskiego została opowiedziana w filmie także w dyskretny sposób: profesor opowiada jedynie o dniu jej pogrzebu i pokazuje nagrobek na cmentarzu w Waszyngtonie, na którym widniało także jego nazwisko bez daty śmierci (został tam pochowany w lipcu 2000 roku). Nie wspomina się jednak o fakcie, że żona J. Karskiego cierpiała na depresję i zmarła w wyniku szóstej już próby samobójczej, skacząc z balkonu mieszkania na 11. piętrze. Te szczegóły M. Fajbusiewicz zdecydował się ujawnić dopiero po wielu latach w wywiadzie-rzece (Fajbusiewicz, Omilianowicz 2019: 242). Ten i inne przykłady świadczą z kolei o tym, jak dużą wagę autor dokumentu przywiązywał do kwestii etycznych – i jak wielkie znaczenie miały one dla niego na etapie *dispositio* w przygotowywanych przez siebie filmach²³. Obce mu były mechanizmy tabloidyzacji, która zaczynała wówczas pojawiać się w polskich przekazach medialnych²⁴.

²³ Potwierdzić to można na przykładzie innych filmów dokumentalnych Michała Fajbusiewicza oraz – przede wszystkim – jego sztandarowego magazynu kryminalnego 997, który jest przedmiotem zainteresowań badawczych autora analizy.

²⁴ W filmie nie eksponowano również postaci brata Karskiego, Mariana Kozielewskiego – dzięki którego opiece i pozycji w dyplomacji profesor zawdzięczał swą dalszą

Ostatnia sekwencja tematyczna stanowi swoistą **kłamrę kompozycyjną filmu**. Są to zdjęcia nakręcane w Izraelu: w Jerozolimie, na Górze Masada, w Betlejem w Bazylice Narodzenia Pańskiego, wreszcie w Alei Sprawiedliwych wśród Narodów Świata z Instytucie Yad Vashem oraz w Dolinie Zabitych Wspólnot (nagraniem z tego miejsca zakończono film). Sekwencję tę, bardzo krótką, ale symboliczną, uzupełniono zdjęciami z cmentarza żydowskiego w Łodzi. Podobnie jak na warszawskim Umschlagplatzu i tu spotyka Jana Karskiego Żydówka, której rodzice zmarli z głodu w getcie łódzkim. Tworzy się specyficzny kontrast między cynizmem polityków Zachodu a ocalałymi przedstawicielami prześladowanej społeczności żydowskiej. Jest to argument typu **aksjologicznego, wartościującego**. Zdjęcia te – jakkolwiek merytorycznie jednoznaczne i oczywiste – grają jednak rolę **arystotelesowskiego pathos**, wpływając na emocje widza i umożliwiając jego **katharsis**. Bez wątpienia te ostatnie fragmenty filmu, trwające łącznie 7 minut, są najbardziej wzruszające na tle całości i mają kataraktyczny charakter. W warstwie werbalnej zaś wyrażają sens misji Jana Karskiego, sens jego życia – i tym samym dokumentu telewizyjnego. Sens ten telewizz odnajdzie w trzech wypowiedziach profesora:

Żydzi byli wtedy w czasie wojny bezbronni. Niewyobrażalnie słabi. Nie mieli własnego państwa. Nie mieli własnego rządu. Nie mieli własnych umundurowanych armii. Zdani byli na dobrą wolę innych. I pamiętajmy też: Żydzi byli wtedy opuszczeni przez istniejące rządy, przez istniejące struktury społeczne, przez hierarchię kościelną. Ale nie byli opuszczeni przez całą ludzkość. I o tym Żydzi powinni też pamiętać – i pamiętać.

(na Górze Masada, Izrael)

Ja – Jan Karski, z urodzenia Jan Koziелеwski, katolik, Polak, Amerykanin – stałem się teraz także Izraelczykiem. Gloria, gloria in Excelsis Deo!

(Aleja Sprawiedliwych wśród Narodów Świata, Instytut Yad Vashem – przy tabliczce i drzewie Jana Karskiego)

Tutaj urodził się zbawiciel, w świecie żydowskim. Poprzez tysiące lat tradycja żydowska mówiła, że Żydzi są narodem wybranym. Jak nas uczył Kościół nasz, Żydzi są narodem wybranym dla także nas, chrześcijan, ponieważ poprzez Żydów Bóg się nam objawił. Tutaj przychodzą dzień po dniu pielgrzymki z całego świata. Pielgrzymki chrześcijan i innych wyznań. Tu oddajemy nasz hołd i naszą wiarę Zbawicielowi.

(Bazylika Narodzenia Pańskiego, Betlejem)

Umieszczenie tych właśnie zdjęć i wypowiedzi bohatera na końcu filmu ma swoje wyraźne uzasadnienie:

karierę. Wzmianki o nim czytelnik znajdzie we wspomnianym już wywiadzie-rzecz (Fajbusiewicz, Omilianowicz 2019).

- uwypukla ich patetyczny i katarktyczny charakter;
- puentuje cały film, którego podstawowym sensem jest objaśnienie widzowi związanej z Holocaustem misji Karskiego i jej znaczenia;
- spaja i syntetyzuje moralny przekaz, jakim jest pokazanie na przykładzie Holocaustu ludzkiego okrucieństwa i moralny obowiązek przeciwstawienia się temu okrucieństwu;
- skupia uwagę widza na tym moralnym przesłaniu, każąc mu je zapamiętać
- z największym bowiem napięciem widz wyczekuje zakończenia filmu i ono też zostaje na ogół najlepiej zapamiętane.

Takie zakończenie filmu jest więc **świadomie stosowaną strategią argumentacyjną**, mającą przekonać telewidza o ważności i doniosłości prezentowanych w filmie treści. Było ono jednak motywowane także emocjami i uczuciami autora. Podczas jednego ze spotkań z publicznością Michał Fajbusiewicz – mający żydowskie korzenie – wyznał, że wizyta w Izraelu, Instytucie Yad Vashem i Dolinie Zabitych Wspólnot była dla niego bardzo dużym przeżyciem²⁵. Finałowe sekwencje filmu są więc nie tylko symboliczne, ale także bardzo osobiste. Znajduje to jeszcze potwierdzenie w częstej obecności tematyki żydowskiej w twórczości dokumentalnej tego dziennikarza.

2.2.3.3. *Elocutio* – analiza środków wyrażania w filmie

Cechy kompozycyjne i stylistyczne filmu Michała Fajbusiewicza przesądzają o jego artystycznym charakterze. Zarówno pod względem układu treści i struktury (*dispositio*), jak również efektów audiowizualnych (tu traktowanych jako swoiste zabiegi stylistyczne – na poziomie *elocutio*) sprawiają, że zasadniczo różni się on od innych produkcji tamtego czasu, poświęcanych sprawom bieżącym: społecznym, politycznym, kryminalnym czy jakimkolwiek innym. O jego indywidualnym, elokucyjnym charakterze świadczyć będzie sposób dokonywania zdjęć i ich montażu, oprawa muzyczna, napisy i infografika (jak np. krój czcionki), wykorzystywane w produkcji obrazy i dźwięki o charakterze bardziej estetycznym niż merytorycznym (np. informującym widza o czymś lub pozwalającym mu zrozumieć czy unaocznąć jakieś treści).

Analizując programy telewizyjne, a reportaże i filmy dokumentalne w szczególności, trzeba mieć jednak świadomość czasu oraz dostępnych technologii, w jakich powstawały. Sam autor wyraził przekonanie, że dziś – z perspektywy upływu niemal ćwierć wieku od realizacji swojego dokumentu – zrealizowałby go już inaczej pod względem stylistycznym. Niemniej, funkcjonując w dziennikarstwie telewizyjnym w Polsce – także w okresie lat 90. – i pracując dla Telewizji

²⁵ Te odczucia Michał Fajbusiewicz wyraził na spotkaniu ze studentami Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej Uniwersytetu Łódzkiego, zorganizowanego przez autora tekstu na 7.04.2017.

Polskiej (w owym czasie rynek stacji komercyjnych dopiero zaczął się rozwijać), siłą rzeczy podlegał licznym ograniczeniom. Najważniejszym z nich był budżet – skalę jego różnicy można było uchwycić, porównując chociażby pieniądze przeznaczone na realizację jednego odcinka 997 w stosunku do niemieckiego odpowiednika *X Y – Akta Niewykrytych Spraw* (były to proporcje rzędu kilkuset tysięcy marek do kilkudziesięciu tysięcy złotych). Drugim – nie mniej ważnym – była technologia, w jakiej Telewizja Polska w Łodzi wówczas pracowała. Wszystkie niemal programy produkowane były w technice analogowej, rejestrowane kamerami i magnetowidami na kasetach systemu Betacam SP. Ta technika zapisu – jakkolwiek profesjonalna – była jednak analogowa, więc praca z nią była znacznie trudniejsza i bardziej czasochłonna niż z jakimkolwiek formatem cyfrowym, a możliwości obróbki i montażu obrazu – ograniczone. Stąd też wynika pewna „surowość” użytych środków formalnych, do której współczesny telewidz nie jest przyzwyczajony. Michał Fajbusiewicz zaś – związany z telewizją od 1982 roku – swoje pierwsze reportaże realizował z ekipą telewizyjną na taśmie celuloidowej, w warunkach jeszcze trudniejszych niż opisane. Nie ma więc wątpliwości, że wraz ze swoimi współpracownikami natychmiast docenił technologię Betacam i wykorzystał maksymalnie jej możliwości.

Pierwszą kwestią istotną z punktu widzenia *elocutio* jest **podmiot mówiący** – odpowiedź na pytanie, kto i do kogo się wypowiada. Pojęcie to rozumieć należy nieco szerzej niż podmiot retoryczny. Nie zawsze bowiem ów podmiot musi materializować się w postaci konkretnej osoby występującej na ekranie. W programach informacyjnych, zwłaszcza magazynach wiadomości, owym podmiotem jest zazwyczaj prowadzący program anchorman, zaś w relacji lub sprawozdaniu reporterskim – przygotowujący je dziennikarz. To jego głos telewidz słyszy, jego postać widzi niekiedy podczas stand-upu na końcu materiału (choć coraz częściej odstępkuje się od tego ze względu na ekonomiczność przekazu), zna go też z imienia i nazwiska. W przypadku filmu dokumentalnego nie jest to już oczywiste. Niekiedy owym „ja mówiącym” jest tu bohater lub bohaterowie, czasem jest to lektor (czytający jednak tekst przygotowany przez kogoś innego, choć mogący mieć duży wpływ na interpretację tekstu²⁶), a niekiedy sam autor filmu ujawnia swoją obecność, mówiąc do widza, wprowadzając go w świat swojego filmu dokumentalnego, nierzadko odsłaniając kulisy swojej pracy. **Są to typowe cechy gatunkowe, wyróżniające film dokumentalny od innych gatunków telewizyjnych.** Do takich filmów należą choćby: *Władcy marionetek* (reż. Tomasz Sekielski), *Szpieg* (reż. Bogdan Rymanowski, Wojciech Bockenheim – widz ogląda tego pierwszego, tworzącego z Marianem Zacharskim swoisty „podmiot zbiorowy”). Dokumenty takie tworzył również często Michał Fajbusiewicz – występując w nich nie tylko w roli reportera,

²⁶ Wynika to z doświadczeń autora analizy, który jest prezerentem, lektorem w reklamach i przekazach medialnych oraz lektorem audiobooków.

ale także i swoistego przewodnika (np. w swoich filmach i reportażach podróżniczych); często także sam czytał napisane przez siebie lektoraty.

Film *Moja Misja* jest dokumentem telewizyjnym, który opiera się na opowieści głównego bohatera, Jana Karskiego. Stąd też na ekranie częsta obecność profesora, bądź to w postaci setek, bądź przebitek i ujęć reżyserowanych, a niekiedy – głosu z offu, przykrytego zdjęciami archiwalnymi bądź zdjęciami plenerów. Profesor jest więc głównym „ja mówiącym” w filmie (choć nie jedynym). Można przeto spojrzeć na jego postać jak na **podmiot retoryczny**: „osobę mówcy, obdarzoną całokształtem cech, mogących wpływać na jego zdolności przemawiania, a tym samym perswadowania (lub nawet manipulowania). Pojęcie to można rozpatrywać w kategoriach antropologii, ale także podmiotowości, a przede wszystkim – osobowości” (Grzegorzewski 2014: 25). Wśród cech tych notuje się: pochodzenie i wychowanie (także w sensie czasów, z jakich się pochodzi), wiek i doświadczenie, wykształcenie, środowisko społeczne, środowisko polityczne i zawodowe, cechy charakteru, sprawność i kreatywność retoryczna, dorobek twórczy (Grzegorzewski 2014: 32–44). Dla dopełnienia analizy można jeszcze zestaw cech osobowościowych uzupełnić o doświadczenia osobiste. Osobną kategorią są cechy wyglądu zewnętrznego, brzmienie głosu i prozodia, zachowania niewerbalne (mimika i gesty). Analiza taka zajęłaby zbyt wiele miejsca i wymagałaby czasochłonnych badań, czyli musiałyby być przedmiotem osobnego i bardziej obszernego opracowania. Gdyby jednak chcieć dokonać takich badań w filmie dokumentalnym *Moja Misja*, dotyczyłyby one właśnie Jana Karskiego jako *homo rhetoricusa*.

Drugim „ja mówiącym” w filmie jest **lektor Tomasz Boruszcak**, czytający tekst zredagowany przez Michała Fajbusiewicza i Waldemara Piaseckiego. Sami autorzy dokumentu pozostają ukryci: widz nie dostrzega ich ani razu w kadrze, nie słyszy ich głosów, nie widzi ich w działaniu. Ich obecność zdradzają jedynie robocze kasety, na których słychać co jakiś czas ich pytania bądź prośby kierowane do profesora²⁷ lub innych rozmówców. Słychać też niekiedy wymianę zdań między red. Fajbusiewiczem a członkami ekipy; ma ona charakter warsztatowy i wiele ciekawego może powiedzieć o kulisach pracy dziennikarskiej. Telewizja jednak nie ma dostępu do takich materiałów i może się zorientować dopiero z napisów końcowych, kto jest autorem dokumentu.

Wypowiedzi innych osób, jak wspomniano, są przywoływane w wymiarze kilku zdań – poprzedzanych zawsze kadrem danej osoby ujętej w lekko zakrzywioną, trapezową ramkę i podpisem imienia, nazwiska i funkcji pod spodem. Bo blisko dwusekundowej stopklatce postać jest wykadrowana z trapezu do wymiaru pełnego ekranu i zaczyna mówić. Dziś efekt ten uchodzić może za nie-naturalny – ale paradoksalnie ułatwia on zapamiętanie, kto się wypowiada. Wy-

²⁷ Ciekawym przykładem jest prośba operatora Adama Kaczanowskiego do prof. Karskiego: „Niech pan profesor się przespaceruje, a ja będę go sobie jak mrówkę oglądał!”.

powiedzi te stanowią uzupełnienie wobec narracji prowadzonej przez bohatera i autorów filmu. Z punktu widzenia sztuki **argumentacji** należy je uznać przede wszystkim za **argument z autorytetu** – w dużej mierze dotyczą bowiem oceny osoby i działalności Jana Karskiego, a wygłaszają je osoby istotnie będące autorytetami, choćby z racji pełnionych przez siebie funkcji.

Moja Misja jest filmem bardzo atrakcyjnym od strony **przekazu wizualnego**. Ze względu na historyczną tematykę, ale także dostęp do dużej ilości materiałów archiwalnych, jest on bardzo bogato ilustrowany archiwalnymi fotografiami (konkretnych postaci, plenerów, dokumentów bądź form artystycznych, jak np. obrazy, grafiki, rzeźby, pomniki i wiele innych). Pojawiają się także kadry starych, zachowanych filmów archiwalnych, głównie z okresu II wojny światowej: walki artylerii, czołgów, lotnictwa, a także wstrząsające fotografie i filmy z getta łódzkiego, getta warszawskiego, obozów koncentracyjnych. Wykorzystanie archiwaliów w filmie pełni **funkcję nie tylko informacyjną, ale także perswazyjną, oddziałując na uczucia widza**. Zdjęcia mogą budzić uśmiech, nostalgię, wzruszenie (pierwsze sekwencje filmu), grozę, wstrząs i przerażenie, oburzenie, wreszcie żal, smutek – zwłaszcza wtedy, gdy jest mowa o okrucieństwach wojny i Holokautu. Te ujęcia zwykle nie są długie – najwyżej kilkunasto-, dwudziestosekundowe. Montażysta często nakłada je na siebie, stosując efekt przenikania, powolnie rozciągniętego w czasie; innym razem przeplata je z przejeżdżającymi po torach wagonami bydłecymi, filmowanymi często z boku i u dołu (pokazującymi głównie podwozia i koła). Motyw przejeżdżających wagonów pojawia się w filmie regularnie, zwłaszcza w sekwencjach opisujących wojenne misje J. Karskiego. Przez szereg skojarzeń z innymi, podobnymi filmami o tematyce obozowej, tory i wagony bydłecze nieodmiennie przywodzą na myśl obozy koncentracyjne i komory gazowe. Można więc mówić tu o **tropie retorycznym zwanym *pars pro toto*** (transportowanie wagonami bydłecymi w nieludzkich warunkach do obozów jest częścią systemu eksterminacji, zarówno w systemie nazistowskim, jak i sowieckim). Jest on sygnalizowany już na początku, przez ujęcie bardzo wolno przesuwającego się na ekranie zarośniętego toru kolejowego – zarośnięcie i zaniedbanie również niesie za sobą określony ładunek symboliczny (przemijanie, śmierć, zapomnienie). Elektroniczne spowolnienie ruchów kamery przydaje ujęciom złowróżbnego, ponurego charakteru.

Podobne przenikanie się zdjęć wojennych i współczesnych (skądinąd jest to częsty chwyt w filmach historycznych) zastosowano, opowiadając o sytuacji w okupowanej Warszawie. Innym zabiegiem stylistycznym, sprzyjającym wzrostowi napięcia dramatycznego, jest przekontrastowanie zdjęć, manipulacja balansem bieli (wyglądają one jak prześwietlone, są nienaturalne), a nawet manipulacja nasyceniem barwnym (chroma)²⁸. Podobne chwyt **będące hiperbolą**

²⁸ Takie możliwości zapewnia już sam magnetowid, bez konieczności użycia efektów stołu montażowego.

zastosowano, np. pokazując zdjęcia lasu na granicy, przez którą przedostał się Jan Karski na Słowację, gdzie w końcu wpadł w ręce gestapo. Stopniowaniu napięcia, a także budowaniu atmosfery grozy (rzadziej smutku, melancholii) towarzyszy manipulowanie czasem wyświetlania sekwencji. W analizowanym filmie wiele zdjęć przedstawiono w zwolnionym tempie. Efekt ten potęgują czasem nierówne, chwiejne ujęcia kamery.

Twórcy filmu starannie unikali ujęć dłuższych niż kilka lub kilkanaście sekund, podobnie jak ujęć statycznych. Kamera zazwyczaj była w ruchu: podążała w ślad za profesorem, „wchodziła” wraz z widzem i operatorem po schodach starej kamienicy, przesuwała się nieco nierówno, pozornie niestarannie filmując postaci, plenery, obiekty. W odniesieniu do tekstu werbalnego odpowiednikiem takich działań elokucyjnych byłyby **zabiegi składniowe stosowane w celu dynamizowania tekstu**: przewaga krótkich zdań nad długimi, strony czynnej nad bierną, czasownikami nad rzeczownikami i przymiotnikami, unikanie konstrukcji imiesłowowych etc. W celach perswazyjnych unikano także nadmiaru statycznych ujęć osób mówiących. Poza wypowiedziami profesora (inne osoby zaś mówiły w filmie niewiele, po kilka zdań) najważniejsze było pokazywanie go w akcji, w plenerach, w ruchu, niekiedy przy prozaicznych czynnościach: spacer po ulicy, cmentarzu, wzdłuż murów; przyklękanie przy ołtarzu kościoła bądź w Bazylice Narodzenia Pańskiego, przysiadanie na ławkach bądź innych obiektach w miejscach ważnych z punktu widzenia narracji. Jan Karski – podówczas człowiek ponad osiemdziesięcioletni, schorowany – poruszał się powoli, niepewnie, charakterystycznym sztywnym krokiem. Siadanie bądź klękanie w obiektach sakralnych sprawiało mu wiele kłopotu. Poruszanie się z wyraźnym trudem, zmęczenie, niekiedy grymas bólu na twarzy profesora – mogą wywoływać wzruszenie, a nawet żal. Fajbusiewicz wspomina, że odbył z profesorem i swoją ekipą wiele podróży, liczne przeloty i przejazdy, wędrowki po wielu miejscach, których wymagała realizacja filmu. Profesor nigdy nie zdejmował marynarki, był zawsze w garniturze, niezależnie od upału. Ze względu na stan zdrowia i częstą fizyczną niedyspozycję nie udawało się go namówić na niektóre ujęcia; z tego też powodu niekiedy przerywano zdjęcia, przekładając je na dzień następny. Na kasetach roboczych profesor niekiedy skarżył się na zmęczenie lub ból kolana. Z godną podziwu cierpliwością jednak stosował się do prośb operatora o powtórzenie jakiejś sceny, pochylone przejście przez bardzo niskie drzwi (np. bazyliki w Betlejem; tego zdjęcia nie wykorzystano), pokonanie jeszcze jednego odcinka drogi, kolejne powtórzenie tej samej kwestii. Cytowaną wyżej wypowiedź z Alei w Yad Vashem Jan Karski powtarzał trzykrotnie. Realizatorzy dokumentu wybrali wersję najbardziej dobitnie i patetycznie brzmiącą – z punktu widzenia kompozycji bez wątpienia trafnie. Wysiłki profesora Karskiego, jego poświęcenie, doskonale widoczne w obrazie telewizyjnym, budzą podziw i szacunek widza. Nie należy oczywiście zakładać, że autorzy filmu ów efekt chcieli osiągnąć celowo; niemniej obserwowane na ekranie zachowania profesora same przez się pełnią

bardzo istotną funkcję w szeroko pojętej **argumentacji: przekonują do niego widza, nakazują widzowi traktować tę postać ze wzruszeniem, powagą i szcunkiem (oddziaływanie emocjonalne)**.

Tę skrótową z konieczności analizę filmu wypada zamknąć kilkoma uwagami na temat **warstwy audialnej**. W swej bogatej twórczości telewizyjnej Michał Fajbusiewicz niejednokrotnie korzystał z pomocy lektorów, zatrudnionych w łódzkim oddziale Telewizji Polskiej. Wśród najbardziej znanych można wymienić Zbigniewa Zalińskiego, Wojciecha Barczaka, ale także Dariusza Mazurka, Andrzeja Królikowskiego czy – sporadycznie – Grażynę Jeżewską. Niekiedy ścieżki lektorskie nagrywał sam. Od 1993 roku zaczął współpracować także z Tomaszem Boruszcakiem: prezydentem i dziennikarzem telewizyjnym, scenarzystą, aktorem teatralnym, a nawet wokalistą (swego czasu wykonującym muzykę metalową). Przez ponad dekadę T. Boruszcak czytał lektoraty w większości reportaży i filmów M. Fajbusiewicza. Dysponuje on głębokim, niskim głosem (jest to bas) o barwie ostrej i wyrazistej, stosunkowo dużej rozpiętości intonacyjnej, ale przy tym melodyjnym i cechującym się bardzo czystą, selektywnie brzmiącą dykcją. Uznanie dla zdolności lektorskich T. Boruszcaka jest powszechne: między innymi, w pierwszej i drugiej dekadzie XXI wieku wykorzystywano zarejestrowane jego głosem w Łodzi nazwy przystanków i linii komunikacji miejskiej, odtwarzane później w łódzkich autobusach i tramwajach²⁹. Głos ten został właśnie wykorzystany w filmie *Moja Misja* – lektor przeczytał tekst starannie, tempem umiarkowanym (określanym muzycznym terminem *moderato*), przy użyciu niskiej tonacji i umiarkowanej melodii głosu – spokojnie, starannie i selektywnie. Taki sposób interpretacji tekstu przydaje dokumentowi poważnego charakteru, zaś opisywanym wydarzeniom – szczególnie dużej wagi. Wpisuje się to w **oddziaływanie typu emocjonalnego (pathos)**.

Brakuje niestety informacji o wykorzystanych w filmie utworach muzycznych; Telewizja Polska w Łodzi nie podawała zazwyczaj informacji o muzyce wykorzystywanej w swoich produkcjach. Dotyczyło to także reportaży, filmów dokumentalnych i programów cyklicznych M. Fajbusiewicza. Wiadomo jedynie, że za oprawę muzyczną tego filmu (jak i wielu innych produkowanych przez TVP Łódź) odpowiada Jolanta Grzybowska. W swej wieloletniej współpracy autor korzystał, poza wsparciem J. Grzybowskiej, jeszcze z pomocy Iwony Kawiorskiej i Ryszarda Gibkiego. Po 1995 roku dało się zauważyć wyraźną zmianę trendów w oprawie muzycznej Telewizji Polskiej w Łodzi; po ustawowym uregulowaniu kwestii praw autorskich przestano korzystać z dostępnej komercyjnie muzyki poważnej i rozrywkowej (najczęściej podówczas dostępnej niestety głównie zagranicą), a zaczęto stosować muzykę ze specjalnie do tego celu przygotowywanych

²⁹ W 2017 roku głos T. Boruszcaka w tramwajach i autobusach został zastąpiony głosem Tomasza Zimocha – znanego dziennikarza i komentatora sportowego.

bibliotek muzycznych³⁰. Można więc jedynie scharakteryzować ją od strony brzmienia i gatunku.

W tym filmie dominują aranżacje na kameralne zespoły muzyczne, przede wszystkim smyczki – ze szczególnym uwzględnieniem skrzypiec. Trzeba jednak przyznać, że muzyka jest dobrana różnorodnie. W jednej z początkowych sekwencji daje się uchwycić muzykę mechaniczną (elektroniczną) pochodzącą z tej samej biblioteki muzycznej, której J. Grzybowska używała także do ilustrowania programu 997 – jest to jednak wyjątek³¹. Autorka oprawy muzycznej sięga do muzyki w skali dur–mol (w tonacji molowej), korzysta z utworów atonalnych, dobiera style i brzmienia do treści filmu, uruchamiając stosowne skojarzenia w muzycznej wyobraźni widza. W sekwencji, gdzie zaprezentowano zagadnienie mniejszości żydowskiej w międzywojniu (w tym sytuacji żydowskich studentów na uniwersytetach), pojawia się muzyka na skrzypce solo z akompaniamentem gitary. Wywołuje tym wyraźne skojarzenia z żydowską kulturą muzyczną (w której bardzo często występują utwory na skrzypce solo z akompaniamentem), ale rytmiczność gitary nie zwiastuje jeszcze niczego niepokojącego ani tym bardziej okrutnego. Jednak przy opisie przekraczania granicy polsko-słowackiej i wpadki J. Karskiego pojawia się muzyka atonalna, przywołująca na myśl pełną dramatyzmu współczesną muzykę poważną (co ma wywołać uczucie niepokoju, zagrożenia zbliżającą się katastrofą). Co najmniej dwóm scenom o charakterze „konspiracyjnym” towarzyszy budująca napięcie minimalistyczna sekwencja zagrana na gitarze basowej, z towarzyszącym dodatkowym motywem. Bardzo wymowne są także fragmenty wykorzystane w ostatnich sekwencjach filmu, w tym zdjęciach realizowanej w Dolinie Zabitych Wspólnot. Ostatni utwór został lekko zniekształcony przy pomocy charakterystycznego efektu „studni” – przypominającego nieco pracę elektronicznej kamery pogłosowej. Być może jest to efekt monofonizacji utworu pierwotnie stereofonicznego (wszystkie produkcje TVP Łódź były w tamtym czasie monofoniczne – a i widzowie na ogół nie mieli telewizorów stereofonicznych). Potęguje on przygnębienie i grozę, jaką budzi zwiedzanie wraz z profesorem Doliny Zabitych Wspólnot w Yad Vashem. Charakterystyczne chóralne śpiewy męskie i wreszcie melancholijny chóralno-smyczkowy motyw w ostatniej scenie budzą smutek – ale także refleksję. Sprzyjają one wspomnianej wcześniej funkcji **katartycznej** – podobnie jak przez obraz i wymowę ostatnich w filmie słów profesora, także i tu realizatorzy filmu pragnęli osiągnąć głębokie wzruszenie widza, refleksję – **wyper-swadowując mu płynące z filmu przesłanie moralne**.

³⁰ Dostęp do bibliotek muzycznych Czytelnik znajdzie na stronie APM Music. Muzykę można wyszukiwać według wytwórni, wykonawcy, tytułu, gatunku muzycznego, a nawet zastosowania do sekwencji o określonej treści lub charakterze (np. aggressive, furious, nervous, calm, melancholy lub: sensation, science fiction, technical, metallic etc.). Zob. <http://apmmusic.com> [dostęp: 27.07.2020].

³¹ Chodzi tu m.in. o wytwórnię Kosinus Music oraz Koka i APM.

Konstatujemy więc, że ilustracja muzyczna w filmie jest nie tylko interesująca i bogata pod względem artystycznym. Jest ona także nader trafna w sensie **argumentacyjnym, perswazyjnym – a więc także retorycznym**. Wykorzystana w filmie *Moja Misja* muzyka brzmi przekonująco – pozostając zawsze adekwatną wobec treści i funkcjonalną w stosunku do przekazu retorycznego tego filmu.

2.2.4. Zakończenie

Jak wykazano, *Moja Misja* w reżyserii Michała Fajbusiewicza i Waldemara Piaseckiego **spełnia wymogi gatunkowe filmu dokumentalnego**: stanowi strukturę zamkniętą, która dokumentuje fragment rzeczywistości, tu: biografię Jana Karskiego i jego rolę w historii II wojny światowej oraz powojennej historii świata. W filmie tym nie dostrzega się obecności reportera – obaj jego reżyserzy pozostają ukryci za kamerą, nie grają żadnej roli, co upodabniałoby go do reportażu. Jak wcześniej wspomniano, film został również formalnie zaksięgowany jako dokumentalny, co wiązało się ze znacznie większym niż w przypadku reportażu budżetem oraz większymi wynagrodzeniami dla twórców i koniecznością płacenia tantiem za każdą emisję. Film zawiera typowe dla swojego gatunku elementy, takie jak: narracja lektora, wypowiedzi głównego bohatera, wypowiedzi osób związanych z tym bohaterem lub z wydarzeniami dotyczącymi treści filmu, relacje z wydarzeń historycznych, zdjęcia filmowe pochodzące z rzeczywistych miejsc związanych z jego treścią, liczne materiały archiwalne. Wszystkie te elementy występują prymarnie w funkcji dokumentowania opowiadanej w filmie rzeczywistości, ale pełnią także – jak wykazano to wyżej – ważną funkcję perswazyjną. Film nie zawiera zdjęć inscenizowanych (w tym: retrospektywnych, jak np. było to w przypadku przywoływanego serialu *Szpieg*) oraz elementów fikcji fabularnej. Wszystkie przedstawione w filmie zdarzenia i informacje są prawdziwe i potwierdzone w dokumentach, relacjach świadków historii i publikacjach. W filmie nie ma hipotez oraz komentarzy i dyskusji o charakterze publicystycznym.

Analiza kompozycji przeprowadzona w trzech etapach – *inventio, dispositio, elocutio* – dowodzi, że autorzy filmu wykonali wszystkie niezbędne prace, by film stanowił zamkniętą, dopracowaną i możliwie pełną pod względem informacyjnym formę filmową. Ponadto zastosowali szereg chwytów retorycznych – przede wszystkim na poziomie struktury filmu, przekazu wizualnego i audialnego – w celach perswazyjnego oddziaływania na widza. Przydają one filmowi atrakcyjności, ale mają także charakter funkcjonalny: pomagają przybliżyć widzom sylwetkę Jana Karskiego, uwypuklają znaczenie jego historycznej misji, podkreślają znaczenie i doniosłość poruszanej problematyki II wojny światowej, a w szczególności zagadnienia Holokaustu. Pozwalają ponadto przeżyć opowiadaną w filmie historię za pomocą wskazanych wyżej zabiegów retorycznych odwołujących się do emocji odbiorcy (*pathos*). Stosowanie takich chwytów świadczy o artystycznym charakterze filmu.

Moja Misja jest filmem, który do dziś się broni – nie tylko dzięki swojej unikalnej wartości historycznej. Bez wątpienia zalicza się do kanonu polskich dokumentów historycznych i biograficznych. M. Fajbusiewicz był pierwszym dziennikarzem, który uświadomił widzom polskiej telewizji istnienie Jana Karskiego, wielkość tej postaci i jej doniosłą rolę w historii Polski, dokonując jej przełożenia z języka podręczników i historycznych monografii na język dziennikarstwa telewizyjnego. Dopomaga w tym retoryczność tego filmu – znakomicie skomponowanego przez autorów i ekipę Telewizji Polskiej w Łodzi.

Wkład tego i innych dokumentów Michała Fajbusiewicza w popularyzację polskiej historii (w tym tematyki żydowskiej) jest niewątpliwy. Sam autor także skorzystał na realizacji swego filmu, stał się on bowiem ważną inspiracją dla dalszej jego twórczości dokumentalnej i reportażowej. Twórczość ta – różnorodna, bogata artystycznie i tematycznie, a niestety wciąż nieopracowana naukowo i zupełnie niesłusznie niedoceniana – czeka na nowe odkrycie.

Literatura

- Adams Sally, Hicks Wynford (2007), *Wywiad dziennikarski*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków.
- Fajbusiewicz Michał, Omilianowicz Magda (2019), *Fajbus. 997 przypadków z życia*, Kompania Mediowa, Warszawa.
- Foss Sonja K. (2004), *Rhetorical Criticism: Exploration and Practice*, Prospects Heightss, Illinois.
- Godzic Wiesław (2004), *Telewizja i jej gatunki. Po Wielkim Bracie*, Universitas, Kraków.
- Godzic Wiesław, Kozieł Andrzej, Szyłko-Kwas Joanna (2015), *Gatunki i formaty we współczesnych mediach*, Poltext, Warszawa.
- Grzegorzewski Krzysztof (2014), *Homo rhetoricus w telewizyjnym dziennikarstwie politycznym (programy z lat 2005–2007)*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź.
- Historia polityczna świata XX wieku* (2004), red. M. Bankowicz, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków.
- Karski Jan (2014), *Tajne państwo: opowieść o polskim podziemiu*, przeł. G. Siwek, Znak Horyzont, Kraków.
- Kwintylian (2002), *Kształcenie mówcy*, przeł. M. Brożek, Wydawnictwo Akademickie Żak, Warszawa.
- Lichański Jakub Z. (2010), *Retoryka a/i media. Próba określenia pól wspólnych*, [w:] *Styl – dyskurs – media*, red. B. Bogołębska, M. Worsowicz, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź, s. 383–395.
- Piasecki Waldemar (2015, 2017), *Jan Karski. Jedno życie. Kompletna opowieść*, t. 1–2, Wydawnictwo Insignis, Kraków.
- Pisarek Walery (2002), *Nowa retoryka dziennikarska*, Universitas, Kraków 2002.
- Przyłipiak Mirosław (2006), *Poetyka kina dokumentalnego*, Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk.

- Rees Laurence (2018), *Holocaust. Nowa historia*, przeł. Ł. Praski, Prószyński i S-ka, Warszawa.
- Skarżyńska Krystyna (2011), *Język reportażu telewizyjnego*, Semper, Warszawa.
- Sowa Andrzej Leon (2011), *Historia polityczna Polski 1944–1991*, Wydawnictwo Literackie, Kraków.
- Szwajkowska Anita (2013), *Wstęp do prozodii komunikacyjnej*, [w:] *Rozmowy o komunikacji 6. Dynamika dyskursu społecznego*, red. G. Habrajska, Primum Verbum, Łódź, s. 117–166.
- Uszyński Jerzy (2004), *Telewizyjny pejzaż genologiczny*, Telewizja Polska S.A., Warszawa.
- Wieczorkiewicz Paweł (2014), *Historia polityczna Polski 1935–1945*, Zysk i S-ka, Poznań.
- <http://apmmusic.com> [dostęp: 27.07.2020].

METODA KOMUNIKATYWISTYCZNA W ANALIZIE GENOLOGICZNEJ

3.1. Podstawy komunikatywistycznej analizy genologicznej

– *Rafał Siekiera*

<https://doi.org/10.18778/8220-429-2.06>

3.1.1. Wprowadzenie w podstawy metodologiczne

Komunikatywizm jako metoda badań językoznawczych sięga swymi początkami lat 80. XX wieku, a jego inicjatorem był Aleksy Awdiejew (1987, najważniejsze założenia teorii znaleźć zaś można w: Awdiejew, Habrajska 2004 i 2006), do którego z czasem dołączyła także Grażyna Habrajska. Zasadniczym celem gramatyki komunikacyjnej stało się opracowanie reguł interpretacji i parafrazowania wypowiedzi. Miało to pozwolić na stworzenie programu komputerowego, zdolnego do generowania różnorodnych komunikatów przy zachowaniu tego samego sensu.

Komunikatywizm postrzega język jako narzędzie służące do wyrażania (oraz realizacji) intencji mówiącego, tekst natomiast to „wszystkie spostrzeżone przez człowieka komunikującego materialne komponenty komunikatu, które traktuje jako znaczące i wymagające dalszej interpretacji” (Awdiejew, Habrajska 2010: 8). Przedmiotem zainteresowania komunikatywistów są więc zarówno intencje nadawcy i sposoby ich realizacji, jak również wszelkie czynności i procesy związane z interpretacją przekazu.

Wychodząc od zaproponowanego przez Paula Ricoeura (2009) pojęcia **rozumienia pierwotnego**, będącego pierwszym etapem dochodzenia do **rozumienia ostatecznego** (fazę pośrednią stanowi w tej koncepcji **wyjaśnianie**), komunikatywiści wypracowali własny obraz procesu interpretacji. W ich ujęciu rozumienie komunikatu rozpoczyna się od przeprowadzenia tzw. **interpretacji standardowej**, obejmującej te elementy tekstu, które można zrozumieć dzięki odwołaniu do wiedzy systemowej, a kończy na **interpretacji partykularnej**. Ma ona charakter niestandardowy, ponieważ opiera się na wiedzy pozasystemowej, znanej jedynie uczestnikom aktu komunikacji. Całość procesu interpretacyjnego wymaga także rozpoznania elementów sensu niewyrażonych wprost, co oznacza konieczność identyfikacji informacji skondensowanych i skompresowanych, odniesienia do różnorodnych scenariuszy czasowo-przestrzennych

oraz odpowiedniego zinterpretowania składników sensu wyrażonych za pomocą szczególnych trybów komunikacyjnych.

Istotę powyższej koncepcji stanowi założenie, że system językowy składa się ze znanych ogółowi użytkowników języka treści będących zbiorem jednostek językowych i reguł ich zastosowania. W trakcie komunikacji owe jednostki nie reprezentują samych siebie, lecz powszechnie przyjęte elementy wiedzy, będące typowymi stanami rzeczy – **standardami semantycznymi** (por. Habrajska 2004: 8). Ogół standardów semantycznych stanowi bazę interpretacyjną języka. Oznacza to, że mówiący odwołują się do standardów, choć na ogół nie werbalizują ich, ponieważ są one trywialne komunikacyjnie – nie wnoszą wartościowej informacji. Ich obecność w przekazie sprowadza się do form zdetrywializowanych poprzez m.in. konkretyzację lub aktualizację czasowo-przestrzenną.

Standardy semantyczne w gramatyce komunikacyjnej ujęte są w formę układów predykatowo-argumentowych, w których predykat (najczęściej czasownik) określa relacje między argumentami. Ze względu na istnienie typowych osób, obiektów lub zjawisk, które mogą tworzyć różne konfiguracje argumentów, powstają całe klasy substytucyjne umożliwiające różnorodne konkretyzacje poszczególnych argumentów w układach (od bardziej do mniej typowych), np.

JEŚĆ [KTOŚ/COŚ, COŚ]

Predykatem jest tutaj czasownik 'jeść', natomiast w nawiasie kwadratowym znajdują się miejsca dla argumentów. Pierwszym z nich jest wykonawca czynności (np. człowiek lub zwierzę), drugim – obiekt czynności jedzenia. Zarówno w przypadku pierwszego, jak i drugiego argumentu mamy do czynienia z klasami substytucyjnymi – język dopuszcza bardzo wiele możliwości konkretyzacji (typowej i nietypowej) obu argumentów. Na przykład w zdaniu

Michał je obiad.

zdetrywializowany standard semantyczny wygląda następująco: JEŚĆ [MICHĄŁ, OBIAD]. W innym zdaniu wystąpić mogą odmienne argumenty:

Małpa je owoce. = JEŚĆ [MAŁPA, OWOCE]

Zastosowanie substytucji niestandardowej, np. *Podłoga je stół*, wymaga wprowadzenia dodatkowych informacji, inaczej wypowiedź może zostać źle zrozumiana lub niezrozumiana w ogóle.

W gramatyce komunikacyjnej ważnym założeniem jest także przyjęcie istnienia trzech poziomów języka (i komunikacji):

- ideacyjnego,
- interakcyjnego,
- organizacji dyskursu.

Na poziomie ideacyjnym tekst można traktować jako przekaz konkretnych treści, odsyłających do różnych elementów rzeczywistości. Odpowiada on funkcji przedstawieniowej języka w tradycyjnym językoznawstwie. Poziom interakcyjny dotyczy intencji nadawcy oraz reakcji odbiorcy, jest więc odpowiednikiem funkcji ekspresywnej i impresywnej. Z kolei poziom organizacji dyskursu wiąże się ze sposobami językowego ukształtowania tekstu, nawiązując do tradycyjnie pojmowanych funkcji fatycznej, metajęzykowej oraz poetyckiej (por. Awdiejew 2004: 9).

Analiza komunikacyjna obejmuje uwzględnienie wszystkich wymienionych poziomów. Pod względem **ideacyjnym** skupia się ona na odtworzeniu obrazów ideacyjnych przywołanych w tekście, co pozwala na ustalenie, do jakiego obszaru wiedzy odwołuje się nadawca i jakie skojarzenia zamierza wywołać u odbiorcy (na poziomie ideacyjnym chodzi o powstanie w umyśle odbiorcy wyobrażenia podobnego do tego, które wyjściowo ukształtowało się w umyśle nadawcy).

Badanie **poziomu interakcyjnego** wypowiedzi pozwala na odtworzenie układu interakcyjnego sytuacji komunikacyjnej, czyli relacji między mówiącymi. Badacz skupia się także na rozpoznaniu intencji nadawcy i sposobów wpływania przez niego na odbiorcę. W obrębie tego poziomu mieszczą się także wszelkie stosowane przez użytkowników języka sposoby działania za pomocą języka.

Analiza komunikatu na **poziomie organizacji dyskursu** odnosi się nie tylko do środków językowych wykorzystywanych w celu nawiązania, podtrzymania i zakończenia kontaktu werbalnego, ale także do sposobów organizowania i hierarchizowania treści oraz tematyzacji wypowiedzi. Jednostki formalne wykorzystane na tym poziomie mogą wpływać m.in. na skuteczność działań podejmowanych na poziomie interakcyjnym oraz na zrozumiałość kompozycji sensu ideacyjnego.

Pod względem informacyjnym organizacja tekstu według komunikatywistów wynika z podziału na poszczególne komunikaty (traktowane jako całości sensu), które nie muszą się pokrywać z konkretnymi jednostkami tekstowymi (rozbieżność między tym, co powiedziane, a sensem, na który wskazuje mówiący, wynika wówczas z zastosowania nieizomorficznej postaci standardu semantycznego). Każdy komunikat posiada swoje **centrum znaczeniowe** (predykat prymarny), które może być rozbudowywane poprzez dodawanie predykatów sekundarnych i zastosowanie określonych ram aktualizacji (zwłaszcza czasowo-przestrzennej) (Habrajska 2004: 18).

Pełne zrozumienie wypowiedzi, jak już wyżej zostało zasygnalizowane, wymaga rozpoznania także niejawnych elementów przekazu. Jednostki komunikacyjne pozbawione formalnej reprezentacji w tekstach komunikatywizm nazywa **jednostkami dopełniającymi** (tradycyjnie nazywa się je np. presupozycjami, implikaturami, sensami domniemanymi) (Habrajska 2004: 37). Aby zinterpretować tekst, należy doprowadzić jego postać formalną do takiego kształtu, w jakim ujawnione zostają wszystkie składniki sensu i relacje między nimi. Konieczne jest

więc dokonanie dekompresji treści skompresowanych¹, niewyrażonych wprost, a wszelkie jednostki sprowadzić do izomorficznych postaci standardów, do których się odwołują.

Jednostki językowe, których funkcja informacyjna nie odpowiada ich postaci formalnej, komunikatywizm nazywa **nieizomorficznymi** (Habrajska 2004: 73).

W swoich pracach A. Awdiejew i G. Habrajska proponowali cały szereg rozwiązań metodologicznych, umożliwiających badanie tekstów na gruncie językoznawczym. Ich metoda analizy komunikatów umożliwia zarówno całościową interpretację, jak i wyodrębnianie z tekstów jednostek formalnych reprezentujących standardy semantyczne bądź spełniających określone funkcje na wszystkich poziomach komunikacji. Jednostki takie komunikatywiści nazywają operatorami. Umożliwiają one m.in. wprowadzanie aktów mowy (operatory interakcyjne), porządkowanie przekazu (operatory organizacji dyskursu) bądź wskazywanie na pewne obrazy ideacyjne (operatory ideacyjne). Analiza komunikatywistyczna umożliwia zatem podejście holistyczne. Traktuje bowiem komunikat jako całość i bierze pod uwagę wszystko, co ma wartość komunikacyjną. Dzięki przyjęciu takiej perspektywy możliwe jest badanie tekstu na dwóch płaszczyznach – opisu formalnej struktury komunikatu i sensu, na który komunikat wskazuje.

Obecnie gramatyka komunikacyjna skupia się na wyodrębnieniu i opisie sposobów parafrazowania jako jednego z ważniejszych zjawisk komunikacji naturalnej. Wiąże się ono z możliwością odnoszenia do tego samego obszaru sensu przez różne konfiguracje tekstu. Jako ważny problem badawczy na pierwszy plan wysuwa się relacja między formalną strukturą tekstu a konfiguracją sensu reprezentowanego przez obrazy ideacyjne przedstawione w tekście. Zasadnicze założenia teorii parafrazy opracowuje aktualnie A. Awdiejew (por. Awdiejew 2018a i b).

Metoda zaproponowana przez komunikatywistów wydaje się przydatna nie tylko do badania wskazanych powyżej zjawisk. Jednym z zagadnień wspominanych, choć niedokładnie opisanych, przez A. Awdiejewa i G. Habrajską jest tzw. **interpretacja gatunkowa** tekstów, włączona do etapu interpretacji standardowej. Opiera się ona na **teorii relewancji** Dana Sperbera i Deirdre Wilson (2011), zakładając, że o interpretacji sensu gatunkowego wypowiedzi decydują **asumpcje wynikające z systemu językowego, ale niezawarte w samym tekście**. Możliwość ich rozpoznania przez odbiorcę wynika z jego kompetencji komunikacyjnej.

Istotnym spostrzeżeniem komunikatywistów jest przyjęcie, że **odbiorca zmienia relewancje na podstawie własnego nastawienia interpretacyjnego** – innymi słowy, jeden komunikat można przypisać do różnych gatunków w za-

¹ Habrajska (2004: 104) rozróżnia kompresję i kondensację. W przypadku kompresji dopełnienie sensu przez interpretatora jest możliwe tylko z wykorzystaniem wiedzy systemowej (standardów semantycznych), kondensacja zaś umożliwia różne interpretacje (w zależności od wprowadzonych założeń pozasystemowych).

leżności od dokonanego wyboru relewancji gatunkowej. Atrybucja genologiczna odbywa się także na podstawie celu komunikacyjnego, jaki dany gatunek typowo realizuje. Jeżeli dany komunikat zmierza do realizacji różnych celów i nie posiada wyraźnych wyznaczników gatunkowych, wówczas właśnie istotne stają się relewancje, czyli nastawienie odbiorcy na uzyskanie określonego dopełnienia znaczeniowego (Awdiejew, Habrajska 2010: 240).

Rozszerzenie rozważań komunikatywistów i przeniesienie ich metody na grunt genologii wymaga jednak choćby skróconego odniesienia do najważniejszych dotychczasowych ustaleń z zakresu genologii lingwistycznej i literackiej. Ponieważ w miarę pełnego przeglądu stanowisk dokonałem w publikacji² *Charakterystyka genologiczna telewizyjnego magazynu sportowego „na żywo” w perspektywie komunikatywistycznej* (2021), ograniczę się tu do syntetycznego przedstawienia esencji owych rozważań.

3.1.1.1. Strukturalistyczne koncepcje genologiczne

Wczesne teorie genologiczne miały charakter strukturalistyczny, zmierzając do zamknięcia uniwersum gatunków mowy w ramach jednego porządku taksonomicznego. Gatunki postrzegano jako zamknięte i statyczne struktury, składające się z określonych cech (niekiedy nazywanych wyznacznikami), na podstawie których można klasyfikować poszczególne teksty. Na gruncie polskim za najważniejszą przedstawicielkę takiego nurtu (choć z czasem i jej prace uległy zmianie w kierunku bardziej nowoczesnych sposobów ujmowania gatunku, niekiedy zalicza się ją także do reprezentantów teorii komunikacji literackiej) można uznać Stefanię Skwarczyńską. Podobne inklinacje dostrzec można choćby w *Semantyce wypowiedzi poetyckiej* Aleksandry Okopień-Sławińskiej (1985), która zastosowała komunikacyjne podejście do dzieła, mimo że wciąż pozostawała w ramach strukturalistycznych.

Już w latach 60. XX w. niektórzy badacze postulowali odejście od statycznego opisu gatunków. W 1967 roku Janusz Sławiński zwrócił uwagę, że konstruując modele gatunkowe, zapomina się jednocześnie o indywidualności poszczególnych realizacji (Sławiński 1998). Formułujący się w latach 70. XX wieku nurt badań historycznych w genologii, choć nie odszedł zdecydowanie od tendencji taksonomicznych i formalistycznych, dostrzegał dynamikę i zmienność w czasie form gatunkowych.

Jak zauważa G. Grochowski (2018: 35), w pewnym momencie popularność zaczęły zdobywać badania nad wypowiedzią jako podstawowym składnikiem komunikacji. Zaczęto też przyglądać się sytuacji pragmatycznej, w jakiej

² Ciekawą i niezwykle kompetentną analizę najważniejszych koncepcji dotyczących gatunków przeprowadził m.in. także Grzegorz Grochowski (2018).

funkcjonują komunikaty. Dostrzeżono też, że ujęcia systemowe czy też kodowe stanowią niepełne spojrzenie na wypowiedź, a semiotyka tekstu powinna brać pod uwagę uwarunkowania pragmatyczne swojego przedmiotu badań.

Za jedną z ważniejszych koncepcji próbujących pogodzić pragnienia strukturalistyczne z faktami empirycznymi, należy uznać propozycję Marii Wojtak (2004). Badaczka dostrzega istotny problem, jakim jest wskazanie przykładu tekstu, który posiadałby wszystkie cechy składające się na zbiór wyznaczników danego gatunku. Stąd też M. Wojtak wprowadza pojęcia **wzorców alternacyjnych i adaptacyjnych**. Umożliwiają one włączanie do danego gatunku również wypowiedzi niekanonicznych, na przykład wykorzystujących elementy innych gatunków (adaptacje) i przeobrażenia składników wzorca (alternacje).

Wzorzec gatunkowy według M. Wojtak nie może zostać uznany za statyczny. To raczej zbiór konwencjonalnych sposobów formułowania wypowiedzi (zespół reguł dotyczących rozwiązywania różnych sytuacji komunikacyjnych). Zatem atrybucja gatunkowa danego tekstu nie powinna opierać się na identyfikacji wszystkich wyznaczników, lecz na poszukiwaniu najważniejszych cech określonego wzorca kanonicznego. Istotnym zagadnieniem jest także stopień normatywności wzorca, jego stan w badanym okresie i wewnętrzna organizacja (dopuszczalna wariantowość). Każdy wzorzec można natomiast podzielić na kilka płaszczyzn: strukturalną, poznawczą, pragmatyczną, stylistyczną (Wojtak 2014: 95–96). Co istotne w tej koncepcji, każdy z wymienionych aspektów może stać się podstawą określenia tożsamości wzorca i uznania komunikatu za wariant alternacyjny lub adaptacyjny.

W praktyce komunikacyjnej wypowiedzi czyste pod względem gatunkowym właściwie nie występują. Sam podział logosfery na gatunki o wyraźnych granicach zdaje się niemożliwy³. O postępującej komplikacji form pisał Aleksander Wilkoń: „od chwili powstania nasilił się proces przenikania się gatunków i kształtowania się nowych, proces, który – jak się wydaje – ma tendencję wzrostową” (2002: 213).

Na gruncie komunikacji literackiej daleko idące zmiany dostrzegł Stanisław Balbus (1999: 25). Jego zdaniem doszło do zaniku w kulturze tradycyjnych gatunków, takich jak np. nowela, powieść, oda czy hymn. Zjawisko to jest korzystne dla literatury, ponieważ wynika z rosnącej samoświadomości i wolności artystów, którzy nie czują się skrepowani granicami taksonomicznego uporządkowania form wypowiedzi.

Dzięki temu zwiększa się liczebność indywidualnych bytów, tekstów, które krzyżują, mieszają gatunki, grają ich konwencjami. Można więc mówić o kryzysie genologii, a nie samej literatury. To tworzone wciąż modele teoretyczne nie wy-

³ Por. słowa M. Wojtak: „pojęcie klasy (zbioru cech koniecznych i wystarczających) nie może już funkcjonować w ramach dookreślania statusu gatunku, ponieważ wymaga realizacji kompletu cech w każdym egzemplarzu, a logosfera obfituje w ogromnie zróżnicowane rezultaty działań komunikacyjnych” (2015: 17).

trzymują prób, jakim są poddawane przez praktykę artystyczną. Nawet indukcyjnie powstające kategorie gatunkowe, oparte na analizie konkretnych dzieł, ulegają nieuchronnej kodyfikacji i swoistej „defenomenologizacji”. Stają się uogólnieniami jednostkowych fenomenów. Zaczynają oddziaływać na badaczy, wymuszając na nich podejście dedukcyjne – oto abstrakcyjny wzorzec staje się podstawą kategoryzacji, ponieważ to właśnie do niego porównywane są kolejne dzieła.

Przeciwieństwem tej postawy jest, zdaniem S. Balbusa, przekonanie, że dotychczasowe kategoryzacje nie sprawdzają się, ponieważ nie sięgają do samej istoty kontaktów językowych. Należy więc skoncentrować wysiłki na identyfikacji i opisie prototypów zachowań komunikacyjnych. To z kolei, jak zauważa S. Balbus, prowadzi do traktowania literatury jako jednej z form komunikacji międzyludzkiej, rozwinięcia aktów mowy. Istota gatunkowa tekstu literackiego „sprowadza się wszakże do poziomu illokucyjnych prototypów komunikacji praktycznej” (Balbus 1999: 30). Nie jest to oczywiście nowością, ponieważ już w propozycjach Michaiła Bachtina formy artystyczne jawią się jako wtórne wobec gatunków mowy (Bachtin 1970, 1986).

Zdaniem S. Balbusa gatunki istnieją jako byty hermeneutyczne, a więc stanowią zespół form wynikających z literackiej tradycji, dostępny każdemu i reprezentowany przez charakterystyczne tekstowe realizacje (Balbus 1999: 33). Powstające wciąż komunikaty prowadzą swoiste gry z archetektami, a ich gatunkowość ma charakter **intertekstualny**.

Warto przypomnieć, że komunikatywistyczne wyjaśnienie wielości odniesień gatunkowych, zaprezentowane wcześniej, także nawiązuje do tradycji hermeneutycznej (przede wszystkim do P. Ricoeura).

Zdaniem Aleksandra Kiklewicza szczególny rodzaj intertekstualności zachodzi w przypadku **gatunków iteratywnych** (nazywanych także **nomadycznymi**). Są one wielokrotnie reprodukowane przez różnych nadawców, co skutkuje zmianami zarówno formy, jak i struktury semantycznej gatunku. Komunikat taki zachowuje własną tożsamość, będąc kolejną reprodukcją gatunku nomadycznego, a jednocześnie powoduje w nim zmiany, wynikające z wielokrotnych odtworzeń tekstu iteratywnego, polegających przede wszystkim na parafrazowaniu (Kiklewicz 2018: 50).

Również zdaniem G. Grochowskiego nacechowanie genologiczne dotyczy jedynie fragmentów lub aspektów tekstu. Użycie danej formy zwykle staje się przywołaniem wybiórczym i nacechowanym, nie w pełni dopasowanym do kontekstu, domagającym się dodatkowego objaśnienia (Grochowski 2018: 116).

Podejście łączące tradycyjne postrzeganie gatunków przez pryzmat cech wspólnych dla grupy tekstów z ujęciami kognitywnymi i pragmatycznymi zaprezentował A. Wilkoń. Zgodnie ze sformułowaną przez niego definicją „gatunek jest typem tekstów blisko spokrewnionych, mających tę samą (lub podobną) funkcję, dystrybucję semantyczną i formalną określonych cech językowych oraz związek z kulturą i pragmatyką komunikacji danej wspólnoty etnicznej” (Wilkoń 2002: 200). Kontekst kulturowo-pragmatyczny w tym podejściu jest co prawda brany

pod uwagę, jednak nie uważa się go za czynnik mający decydujący wpływ na wybór gatunku lub jego postać. Mieszanie gatunków w koncepcji A. Wilkonia nazywane jest **intergatunkowością** i wiąże się ze stopniem konwencjonalizacji gatunków.

Zaprezentowane dotychczas stanowiska badawcze nie pozwalają na rozstrzygnięcie problemów natury metodologicznej. Co prawda dostrzegają one kwestię wielogatunkowości wypowiedzi, mieszania konwencji i trudności w ustaleniu zbioru cech, na postawie których można dokonywać klasyfikacji gatunków, jednak żadna z nich w zasadzie nie proponuje kompleksowego rozwiązania.

3.1.1.2. Genologia kognitywna – w stronę prototypowej teorii gatunków

U podstaw kognitywnego postrzegania gatunku legła koncepcja kategoryzacji zaproponowana przez Eleanor Rosch (2007). Jej uwagi dotyczące **kategorii typologicznych** uznano za bardziej adekwatne do opisu kontinuum zmiennych zjawisk niż systemowe ujęcia strukturalistyczne.

Teoria E. Rosch wiąże się z całym szeregiem ustaleń psychologii poznawczej, zgodnie z którymi umysł ludzki nie przyjmuje biernie bodźców z otoczenia, lecz aktywnie je postrzega. Zgodnie z tzw. **zasadą top-down** ośrodki sterujące układu nerwowego dokonują selekcji bodźców, zanim jeszcze organizm zdąży na nie zareagować. Dzięki temu możliwe staje się uniknięcie nadmiaru wrażeń oraz skupienie na tych elementach otoczenia, które są w danym momencie istotne (por. Pöppel, Edingshaus 1998).

Jak pisze Tomasz Maruszewski, zgodnie z propozycjami teorii informacji poszczególne elementy układu nerwowego człowieka komunikują się ze sobą. Narząd zmysłowy koduje bodźce zewnętrzne, przesyła je przez kanał percepcyjny do wyższych części układu nerwowego, które z kolei dekodują komunikat i odtwarzają pierwotną informację. Do mózgu trafia zatem inny sygnał niż wejściowy, który odebrały z zewnątrz narządy zmysłów (por. Maruszewski 1996: 20–36).

W procesie postrzegania istotnym czynnikiem jest nastawienie podmiotu. Sprowadza się ono do wpływu oczekiwań na efekt spostrzegania, na które wpływ mają także przeszłe doświadczenia. Jest to konstatacja zaczerpnięta z psychologii *gestalt*, niezwykle ważna dla koncepcji komunikatywistycznych, które odwołują się do wpływu osobistych doświadczeń na proces interpretacji, także gatunkowej.

Ustalenia gestaltystów ugruntowały w psychologii poznawczej pojęcie tzw. **gotowości percepcyjnej**. Polega ona na przygotowaniu podmiotu postrzegania na przyjmowanie określonych bodźców. Wpływ na nie mają m.in. liczba kategorii, którymi dysponuje podmiot, i motywacja (aktualne cele). Zdaniem T. Maruszewskiego dane sensoryczne są konfrontowane z informacjami pamięciowymi. Polega to na porównaniu docierających bodźców z posiadanymi kategoriami pamięciowymi. Aspekt motywacyjny podmiotu może zaś wpływać na dostępność określonych kategorii (bardziej dostępne dla pamięci podręcznej są te kategorie, które mają związek z aktualnymi celami podmiotu).

Na gruncie językoznawstwa postrzeganie i konceptualizacja doczekały się także licznych rozważań⁴. Centralnym pojęciem genologii kognitywnej stał się **prototyp**. Odwołanie do idealnego wzorca pozwala pogodzić teoretyczne uogólnienia z empirycznymi ustaleniami wynikającymi z analizy jednostkowych tekstów. Fakt, że mają one nie wszystkie cechy prototypu, a obok nich – także elementy wykraczające poza schemat gatunkowy, nie uniemożliwia już zakwalifikowania ich jako reprezentujących dany gatunek.

Zgodnie z założeniami kognitywistów **prototyp jest idealnym egzemplarzem** (lub wręcz wyabstrahowanym wzorcem) danej kategorii. Podobieństwo do niego może być więc miarą przynależności do tej samej grupy obiektów, a odmiennność od prototypu – skalą dewiacyjności (por. Stockwell 2006: 49).

Geneza prototypu, jak pisze Bogdan Wojciszke, wyjaśniana jest na trzy podstawowe sposoby. Według pierwszej koncepcji jest on reprezentacją egzemplarza danej kategorii, napotkanego w przeszłości. Drugie podejście zakłada, że jest to uśrednienie doświadczeń związanych ze wszystkimi napotkanymi przez podmiot egzemplarzami kategorii. Zgodnie z trzecim zaś prototyp to system wynikających z doświadczenia cech w największym stopniu pomagających w odróżnianiu egzemplarzy od nieegzemplarzy (Wojciszke 1986: 46).

Wyraźną inspiracją dla kognitywistów były rozważania Ludwiga Wittgensteina, dotyczące **gier językowych i podobieństwa rodzinnego**. Dzięki zastosowaniu w genologii idei podobieństwa rodzinnego nowe wyjaśnienia skłaniają się ku typom, czy też modelom, realizowanym w różnym stopniu, zamiast spójnych systemów. Stąd też popularne stało się postrzeganie gatunków jako **pojęć typologicznych**. Ilja Lazari-Pawłowska zdefiniowała je jako:

kompleks cech, który przedmiotom rzeczywistym przysługuje bądź tylko częściowo (niektóre cechy im przysługują, inne nie przysługują), bądź tylko w pewnym stopniu (niektóre cechy im przysługują w większym, inne w mniejszym stopniu). Pojęcia te mają charakter idealizacji, są pojęciami wzorcowymi, do których tylko mniej lub bardziej zbliżają się przedmioty rzeczywiste (cyt. za: Maziarski 1969: 120).

Przejęte od L. Wittgensteina podobieństwa rodzinne, prowadzące do wyodrębniania gatunków jako pojęć typologicznych, można uznać za niejednoznaczne, uzależnione od kontekstu, stopniowalne i w dużej mierze subiektywne. Jak zauważa G. Grochowski, „typologiczne podobieństwa nie są jednorazowo ustanawiane, ale stabilizują się w czasie, dzięki powtarzaniu zwyczajowych zachowań” (2018: 62). Procesualny charakter podobieństwa może utrudniać stabilizację czasową kategorii, z drugiej jednak strony – pozwala uwzględniać zmiany zachodzące w realizacjach danego gatunku w różnych okresach.

⁴ Do najważniejszych zaliczyć można prace Ronalda Langackera (1995; 2005).

Jeszcze innym problemem staje się **niesymetryczność podobieństwa**. Mimo iż z logicznego punktu widzenia jest ono symetryczne, Amos Tversky zwrócił uwagę, że w praktyce jego postrzeganie pozbawione jest symetrii (Tversky 2007). Zdaniem izraelskiego psychologa zawsze jeden z porównywanych obiektów wydaje się bardziej podobny do drugiego niż odwrotnie. A. Tversky nazwał to zjawisko **asymetrią relacji podobieństwa**. Za wyraz tejże relacji uznał twierdzenia typu „A jest podobne do B”, które według niego nie są równoznaczne z twierdzeniami „B jest podobne do A” (przy założeniu, że A i B w drugim wypowiedzeniu reprezentują te same obiekty, co w pierwszym). Właśnie wybór członu porównującego (w pierwszym zdaniu – B, w drugim – A) według A. Tversky’ego wskazuje, że mówiący uznaje go za bodziec bardziej wyrazisty. Wynika to z oceny podobieństwa dokonywanej przez obserwatora. Jest ona uzależniona od względnej wyrazistości bodźców. Bardziej wyraziste są prototypy niż inne egzemplarze, zatem bardziej prawdopodobne jest uznanie egzemplarza za podobny do prototypu niż odwrotnie.

Podczas zestawiania dwóch egzemplarzy może wystąpić podobne zjawisko. W przypadku gatunków prowadziłoby to do paradoksów, w których tekst A uznano by za podobny do tekstu B, a więc należący do tego samego gatunku, podczas gdy badając tekst B, można by stwierdzić, że nie jest podobny do A, a więc – nie może należeć do tego samego gatunku.

Zdaniem A. Tversky’ego ocena podobieństwa może zależeć także od kontekstu lub od punktu odniesienia (dwa obiekty mogą się wydawać bardziej podobne do siebie nawzajem pod jakimś względem niż pod innym). Oznacza to, że miara podobieństwa nie jest wartością stałą, absolutną. Zmienia się w zależności od skupienia uwagi na konkretnej przestrzeni cech. Dwa teksty mogą mieć podobną konstrukcję, ale zupełnie różne funkcje lub tematykę. Rodzi się więc kolejny kłopot badawczy – które cechy wypowiedzi należy brać pod uwagę, aby można było dokonać klasyfikacji gatunkowej? Odwołanie się do pojęcia prototypu wbrew pozorom nie ułatwia rozwikłania tego problemu.

Sytuacja tym bardziej się komplikuje, kiedy weźmie się pod uwagę podejście pragmatyczne, zgodnie z którym ścisły prototyp jest **paragonem** danego aktu mowy (por. Kalisz, Cap 2014: 182), a zatem – zjawiskiem idealnym i rzadkim, czyli nietypowym. Ratunkiem od tego paradoksu jest zastrzeżenie, że w powyższej koncepcji chodzi tak naprawdę o realizację czysto prototypowe danego aktu illokucyjnego. W zasadzie mamy tu do czynienia z potwierdzeniem wcześniejszych spostrzeżeń, iż wypowiedzi realizujące jeden konkretny gatunek właściwie nie istnieją.

Odwołanie w genologii do pojęcia prototypu wymaga istotnego zastrzeżenia. Wbrew pozorom prototypy mogą być nie tylko intersubiektywne, ale także zindywidualizowane i uzależnione od osobistych doświadczeń kształtujących wiedzę o świecie oraz kompetencję komunikacyjną. W procesie komunikacji indywidualne elementy wiedzy ulegają redukcji, by nie przeszkadzać w porozu-

mieniu. Poczucie (czy może raczej przeświadczenie), że dany okaz jest reprezentantem jakiegoś gatunku, musi mieć charakter **aproksymacyjny**.

Odpowiedzią kognitywistów na wątpliwości teoretyczne i metodologiczne stało się traktowanie gatunków nie jako zbiorów obiektywnie weryfikowalnych cech, ale jako **wynikające z uwarunkowań sytuacyjnych interpretacje**. Zdaniem G. Grochowskiego forma gatunkowa zyskuje walor znakowości w momencie zaktualizowania, czyli w danej wypowiedzi (jak znak u Charlesa S. Pierce'a), w której wykorzystane zostają (i obdarzone sensem) konkretne cechy danej konwencji (Grochowski 2018: 121). Gatunek można zatem uznać za uwarunkowany kontekstowo, a nie stały i apriorycznie określony.

G. Grochowski przypisuje autorowi autonomię w wyborze składników gatunku, które będą podlegały aktualizacji w jego wypowiedzi i w sposobie powiązania z kontekstem (Grochowski 2018: 126–127). Zdaje się przy tym zapominać o odbiorcy – to ze względu na niego, a raczej – na oczekiwany efekt perlokucyjny⁵ – nadawca konstruuje komunikat. Ponadto, zdaniem komunikatywistów, o tekście można mówić dopiero w momencie interpretacji, a więc tekstowość uzależniona jest od interpretatora. O odbiorcy G. Grochowski wspomina, kiedy stwierdza, że nacechowanie genologiczne znaków językowych zależy od ich przydatności, ekonomiczności, skuteczności w kontekście ułatwiania czytelnikowi orientacji w tekście (jako przykład podaje strategiczne pozycje tekstowe, zaczerpnięte z prac Anny Duszak, np. nagłówki, daty, zwroty adresatywne itp.) (Grochowski 2018: 127).

Co istotne, kognitywiści unikają prób systematycznej typologii na rzecz badania konkretnych tekstów i gatunkowej atrybucji, transpozycji, mieszania konwencji itp. Posługują się także kategorią **punktu widzenia**, wskazując, że gatunki mogą różnić się przyjętymi perspektywami oglądu rzeczywistości (oraz liczbą przyjętych perspektyw). Jak stwierdza G. Grochowski, w kognitywizmie „każdorazowe ujęcie gatunku ma charakter perspektywiczny, uzależniony od subiektywnych (choć korygowalnych w społecznych interakcjach) »wspomnień percepcyjnych« danego podmiotu” (2014: 260–261). Ten sam tekst może być więc przez różnych odbiorców (zwłaszcza w różnych okolicznościach) odmienianie identyfikowany pod względem genologicznym – także: inaczej niż zakładał nadawca.

Interesujące podejście rozwija wspólnie Janina Fras, zajmująca się przede wszystkim genologią dziennikarską. Według niej gatunek jest typem wypowiedzi medialnej, która z kolei stanowi realny twór komunikacji – jednostkę poddającą się badaniu, będącą faktem komunikacyjnym i językowym. W przeciwieństwie

⁵ Por. stwierdzenie Michała Posta, że w aktach mowy ważniejsza jest perlokucja. Każdy akt mowy ma domyslny skutek perlokucyjny, a zarówno lokucja, jak i illokucja są narzędziami służącymi do osiągnięcia tego skutku (Post 2014: 209–211).

do wypowiedzi, która jest konkretna, gatunek można uznać za abstrakcyjny, typowy wzorzec (a nawet prototypowy). Podlega on konwencjom kulturowym, jest względnie trwałym konstruktem komunikacyjnym, wielokrotnie wykorzystywanym (Fras 2012: 15). Gatunek i dyskurs J. Frasa uznaje za podstawowe ramy kulturowe wypowiedzi w mediach masowych.

Wypowiedź jest indywidualną, niepowtarzalną realizacją gatunku. Jednocześnie, zdaniem J. Frasa, „nie ma wypowiedzi, które aktualizowałyby pojedynczy gatunek wypowiedzi; większość wypowiedzi w MM opartych jest bądź na zwielokrotnieniu jednego (mini)gatunku, bądź na połączeniu wielu [...] wzorców gatunkowych” (2012: 19). W praktyce badawczej zatem trudno jest wskazać wypowiedź, która należałaby do jednego gatunku i realizowała tylko jego cechy – tym bardziej, że o cechach gatunku decydują badania konkretnych tekstów. Najczęściej wypowiedzi medialne mają dominantę gatunkową (niepełna wiązka cech dominującego gatunku) i obok niej – wyznaczniki innego gatunku (Fras 2012: 20).

Wielogatunkowe wypowiedzi (przez innych nazywane **megagatunkami** lub **hipergatunkami**) najłatwiej znaleźć w telewizji i Internecie. Obok nich istnieją też tzw. **wypowiedzi hybrydowe**, łączące w sobie dwa (lub więcej) gatunki, odmienne zwłaszcza pod względem funkcji, ale też – cech definicyjnych. Jednym ze zjawisk wynikających z tendencji do hybrydyzacji wypowiedzi w mediach masowych jest infotainment.

Zdaniem J. Frasa (2012: 21) istnieją także **metatypy**, czyli ponadgatunkowe kategorie typologiczne, wyróżnione ze względu na podobne w różnych gatunkach relacje do przestrzeni, czasu, odbiorcy, medium publikacji, treści, stylu, formy itp. (gatunki związane z określoną sferą aktywności ludzkiej – muzyczne, religijne, polityczne, użytkowe itp.); gatunki o określonej dominancie treściowej (informacyjne, publicystyczne, rozrywkowe, autopromocyjne, kondolencyjne itp.); gatunki przeznaczone do publikacji w określonym medium (prasowe, radiowe, internetowe itp.). Metakategorię tworzą gatunki medialne – czyli wszystkie typy wypowiedzi w mediach masowych.

Koncepcja J. Frasa umożliwia zarówno badanie gatunków, jak i ich grup (metatypów), a także ich hierarchizację. Dzięki temu zapewnia metodologiczną spójność i uporządkowanie, których brak zarzucano niejednokrotnie kognitywistom. Dla uproszczenia w celach analitycznych J. Frasa proponuje, by postrzegać gatunek jako względną jedność i zakładać istnienie zbioru ogólnych, typowych jego wyznaczników w wymiarach: strukturalnym, poznawczo-treściowym, stylistycznym, pragmatycznym, relacyjnym (intertekstualność) i produkcyjno-ekonomicznym (Fras 2013: 106). Przyjęcie takiej strategii badawczej powoduje, że do pewnego stopnia zniwelowana zostaje nieostrość granic między pojęciami typologicznymi. Nie ulega jednak podważeniu ich idea – wciąż gatunek może być postrzegany jako prototyp, ale badanie wypowiedzi wymaga jego ukonkretnienia, ustalenia typowych wyznaczników.

3.1.1.3. Teoria aktów mowy a genologia

Przywoływane wyżej podejście pragmatyczne w genologii opiera się na zainteresowaniu typologią form wypowiedzi postrzeganą przez pryzmat aktów mowy. Zacerpnięte z koncepcji kognitywnych pojęcie prototypu, przeniesione na grunt rozważań pragmatycznych, posłużyło do określenia najbardziej typowych aktów. Ich istotą jest realizowanie szeregu warunków określających ich skuteczność.

U źródeł tej koncepcji leży **teoria aktów mowy** zaproponowana przez Johna Austina (1993), wprowadzająca podział na konstatywy i performatywy. W przypadku tych drugich, będących formą działania za pomocą języka, niezbędne stało się wskazanie sposobu oceny ich skuteczności. J. Austin wypracował listę tzw. **warunków fortunności** performatywów. Zgodnie z jego koncepcją konieczne jest zaistnienie okoliczności odpowiednich dla danego aktu mowy, uczestnicy muszą natomiast wykonać pewne działania pozawerbalne (nierazkiedy wymagające stosownych kompetencji społecznych), a sama czynność powinna także odbywać się „wewnętrznie”, co można tłumaczyć jako wymóg zgodności wypowiedzianych słów z faktycznymi intencjami nadawcy. Obok wymienionych warunków J. Austin podał jeszcze konieczność wypowiedzenia słów performatywu (należy więc zrealizować konwencjonalną formułę słowną⁶). Ogólnikowość owych spostrzeżeń wiąże się oczywiście z koniecznością przypisania ich do wszystkich możliwych typów aktów mowy. Dla każdego z nich natomiast można wypracować oddzielne, szczegółowe warunki fortunności. Istotne jest natomiast spostrzeżenie, że akt realizujący w pełni wszystkie wymienione warunki można uznać za prototypowy.

W przypadku aktów mowy, w przeciwieństwie do gatunków, zarówno ogólna definicja, jak i kwalifikacja pojedynczych wypowiedzi nie nastręcza trudności. Warunki fortunności nie są jedynie listą cech koniecznych i wystarczających, a opisem prototypu danego aktu. Jak zauważył Lakoff, czynności wykonywane przez człowieka są przedmiotem takiej samej kategoryzacji, jak wszystko inne (za: Sokołowska 2001: 71).

Wątpliwości może wzbudzać kwestia zasadności uznania warunków fortunności za cechy prototypu. Dla użytkowników języka, nieświadomych istnienia takiej listy warunków, prototypem jest raczej konkretna realizacja aktu mowy, uznawana przez nich za paragon aktu. Dla komplementu mogłoby to być wypowiedzenie: „masz piękne oczy”. Jego typowość powoduje z jednej strony, że użytkownicy języka rozpoznają podobne zdania jako komplementy i na jego wzór

⁶ Por. „Musi istnieć uznana procedura konwencjonalna, posiadająca pewien konwencjonalny skutek, a obejmująca wypowiadanie pewnych słów przez pewne osoby w pewnych okolicznościach” (Austin 1993: 574).

konstruuja własne realizacje tego typu aktu mowy; ta sama typowość jednocześnie pozwala na kreatywność oraz sprawia, że pożądane staje się formułowanie komplementów oryginalnych, a więc – nieprototypowych.

Stosunkowo wczesną teorią łączącą akty mowy z gatunkami jest koncepcja Edwarda Balcerzana. Wykorzystuje ona illokucyjny aspekt tekstów dla ich gatunkowej (i rodzajowej) kategoryzacji. Uwzględniając konieczność dostrzeżenia więzi między gatunkami wywodzącymi się z różnych systemów komunikacyjnych, proponuje ona wypracowanie uniwersalnych zasad odgraniczania poszczególnych form genologicznych (Balcerzan 1999: 8), opartych na kwalifikacji intencji nadawcy. E. Balcerzan przedstawił własną propozycję paradygmatów quasi-rodzajowych, wykraczających poza tradycyjne ujęcia monomedialne (np. tylko literackie lub tylko muzyczne). Punktem wyjścia dla ich wyróżnienia było wskazanie trzech gatunków modelowych, sytuujących się na pograniczu sztuki i komunikacji nieartystycznej – eseju, reportażu i felietonu (Balcerzan 1999: 20). Są one idealnymi uobecnieniami cech (jakości) posiadanych przez wszystkie wytwory semiosfery. Uniwersum tekstowe dzieli się w tym ujęciu na wypowiedzi powstające z dominującą intencją (illokucja) eseistyczną, reporterską i felietonową. Taka postawa pozwala na dostrzeganie podobieństw czy analogii np. między pozornie odległymi od siebie dziełami osadzonymi w kodzie ikonicznym i dźwiękowym.

Relacja między aktem mowy a gatunkiem to ciekawe zagadnienie z pogranicza genologii lingwistycznej i pragmalingwistyki. Zdaniem Elżbiety Laskowskiej akt mowy jest podstawową jednostką komunikacyjną, nazywaną **mikroaktem**. Oprócz zwykłych aktów mowy (mikroaktów) występują też **makroakty** – ciągi mikroaktów spełniających tę samą funkcję podstawową, ale mających także własne funkcje poboczne (Laskowska 2004: 26). W świetle tych ustaleń nasuwa się pytanie, czy makroakt i gatunek można ze sobą w jakiś sposób powiązać. Najślusniejszą odpowiedzią wydaje się uznanie, że makroakt, jako całościowa wypowiedź, może być realizacją gatunku, będącego dla niego podstawą konstrukcyjną.

Połączenia aktów mowy z gatunkami mowy dokonała Seweryna Wysłouch, według której z samych aktów mowy nie da się wyprowadzić gatunków, natomiast ich ciągi, tworzące dyskurs, mogą zyskiwać postać gatunków mowy (Wysłouch 2005: 102).

Z kolei Michał Post akt mowy (Austin/Searle) i gatunek mowy (Bachtin) traktuje jako **dwa nierozłączne sposoby istnienia tego samego zdarzenia komunikacyjnego**, „raz przejawiającego się jako tekstotwórczy *proces*, a kiedy indziej jako ustabilizowany tekstotwórczy *wzorzec*, utrwalony w kompetencji uczestników komunikacji i kierujący ich działaniami słownymi” (Post 2014: 198). Zdarzenie takie badacz nazywa **aktem komunikacyjnym** (Post 2014: 203) – w jego teorii jest to pojęcie nadrzędne wobec aktów i gatunków mowy.

Bliższe przyjrzenie się teoriom aktów mowy i gatunków mowy pozwala zauważyć, że zajmują się one różnymi aspektami sytuacji komunikacji językowej. Pierwszą interesuje kodowanie i dekodowanie, drugą – wzorce wykorzystane

w kodowaniu i dekodowaniu. Cytowany powyżej M. Post nie traktuje wzorca gatunkowego jako zbioru dyrektyw dotyczących komponowania aktów mowy, ale jako „regulator tworzenia i odbioru” oraz „identyfikator funkcji danej wypowiedzi” (Post 2014: 207). Jego zdaniem wzorce gatunkowe są częścią kompetencji komunikacyjnej i można o nich mówić jako o **scenariuszach zachowań językowych** (Post 2014: 207). Scenariusze są rozszerzeniami warunków skuteczności (fortunności) aktów mowy, są wzorcami, według których należy formułować akty komunikacyjne, aby osiągnąć efekt illokucyjny. Warunki skuteczności określają ilość możliwych wariantów danego aktu mowy.

3.1.2. Wykorzystanie metody komunikatywistycznej w genologii

3.1.2.1. Cele metody

Opisana na początku rozdziału gramatyka komunikacyjna, jak już wspomniałem, interesuje się przede wszystkim badaniem sposobów komponowania (i parafrazowania) sensu na trzech poziomach komunikacyjnych. Przedmiotem jej rozważań są także metody analizy i interpretacji tekstów. Opracowane przez A. Awdiejewa i G. Habrajską instrumentarium wydaje się jednak przydatne również na gruncie genologii (nie rozróżniając jej na lingwistyczną i literacką).

Punktem wyjścia dla takiego twierdzenia jest założenie (za M. Postem), że **gatunek można potraktować jako scenariusz**. Zgodnie z duchem komunikatywizmu przyjmuję, że częścią kompetencji komunikacyjnej człowieka jest znajomość standardowych scenariuszy genologicznych, dających się zapisać w formie ogólnych stwierdzeń dotyczących gatunku (np. jego powstawania, budowy, tematyki itp.) lub w postaci ciągów standardów semantycznych wiążących się zarówno z tworzeniem, jak i odbiorem poszczególnych gatunków (byłyby to standardy przywoływane we wspomnianych ogólnych stwierdzeniach). Należy też zauważyć, że komunikatywizm odnosi się przede wszystkim do językowych aspektów komunikacji, a zatem proponowana tutaj metoda badawcza w naturalny sposób dobrze sprawdza się w odniesieniu do gatunków pisanych i mówionych, słowem – opierających się na warstwie werbalnej. Jednakże przeniesienie jej na grunt genologii pozwala także na uwzględnianie elementów niewerbalnych, zatem możliwe jest zastosowanie proponowanych tutaj narzędzi również w odniesieniu do gatunków multimodalnych.

Dla komunikatywistów wszelkie ludzkie doświadczenia zapisywane są w postaci schematów wyobrażeniowych, którymi są **obrazy ideacyjne** (takimi schematami mogą być także dźwięki, zdarzenia, zapachy). Dzielą się one na obrazy stanów i zdarzeń. Reprezentacje zdarzeń łączą się w uporządkowane ciągi, będące scenariuszami, wynikające z powiązań i jednoczesnego współwystępowania różnych obrazów ideacyjnych. Zdaniem A. Awdiejewa i G. Habrajskiej „scenariusze można przedstawić jako rozbudowane schematy semantyczne, w których

występują sekwencje poszczególnych układów predykatowo-argumentowych, zarówno w postaci zdarzeń, jak i stanów” (Awdiejew, Habrajska 2010: 104–105).

Podobnie jak kognitywiści, również komunikatywiści przyznają, że każdy człowiek ma odrębne doświadczenia życiowe, które wpływają na jego indywidualną konceptualizację rzeczywistości. By możliwa stała się komunikacja polegająca na przybliżeniu sensu odbiorcy do wejściowego sensu nadawcy, obaj uczestnicy aktu muszą sprowadzić swoje własne doświadczenia do **schematów normatywnych**. Wszyscy użytkownicy danego języka posługują się takimi schematami, które stają się bazą interpretacyjną w komunikacji (Awdiejew, Habrajska 2010: 58).

Według gramatyki komunikacyjnej każdy komunikat odnoszony jest do określonego **standardowego scenariusza**, np. słowo ‘pościg’ wprowadza scenariusz: ŚCIGAC [KTOŚ, KOGOŚ] to UCIEKAĆ [KTOŚ, PRZED KIMŚ] i NIE STAWIAĆ OPORU (= NIE OPIERAĆ SIĘ) [KTOŚ, KOMUŚ], zatem: NIE SPODZIEWAĆ SIĘ [KTOŚ, OPÓR]⁷. Zakłócenia standardowych scenariuszy wymagają wprowadzania predykatów sekundarnych, które uzupełniają sens (np. w zdaniu z pościgiem, w którym ktoś, wbrew scenariuszowi, stawia opór, można wprowadzić sekundarny predykat NIESPODZIEWANY [OPÓR]). Sposób i stopień, w jakim sens podstawowy komunikatu jest uzupełniony (doprecyzowany), zależne są zarówno od możliwości uczestników aktu komunikacji, jak i od ich potrzeb komunikacyjnych. Te z kolei wiążą się m.in. z typem komunikatu (Habrajska 2004: 19). Można stąd wysnuć wniosek, że predykcja sekundarna i ramy aktualizacji powiązane są także z gatunkiem tekstu. Dla przykładu: inny jest stopień skomplikowania sensu (oraz konkretyzacji informacji) we fleszu czy wzmiance, a inny w komentarzu lub artykule publicystycznym.

Zarówno scenariusze w gramatyce komunikacyjnej, jak i skrypty w kognitywizmie, są zbiorami zapamiętanych procedur – postępowania w różnych sytuacjach, tworzenia konkretnych typów wypowiedzi oraz dekodowania komunikatów. Podobnie można spojrzeć na gatunek. Dotychczasowe próby ujęcia go w postać skodyfikowanych, konkretnych cech wykazały jego nieuchwytność. Lepszym rozwiązaniem, z zachowaniem zastrzeżeń wskazanych wcześniej, okazało się **potraktowanie gatunku jako pojęcia typologicznego**, które charakteryzują efekty prototypowe. Oczywiście konieczne jest przyjęcie pozornie trywialnego, ale niezwykle ważnego założenia, że gatunek nie istnieje realnie, jako odrębny byt należący do tzw. pierwszej rzeczywistości w ujęciu Michaela Fleischera (por. 2002). Jest to jedynie pojęcie stworzone przez człowieka i jako takie może być nie tylko różnorodnie definiowane, ale także – postrzegane z wielu punktów widzenia. Z tego względu należy uznać, że nawet podejścia strukturalistyczne, przyjmujące w celach badawczych przybliżoną sztywną definicję gatunku, mają swoje uzasadnienie.

⁷ Ten sam przykład omawia G. Habrajska (2004: 18–19).

Zasadniczym celem wykorzystania instrumentarium komunikatywistycznego na gruncie genologii jest spojrzenie na gatunek jako standardowy scenariusz tworzenia i odbioru makroaktów mowy określonego typu. Powołując się na ustalenia komunikatywistów, można przyjąć, iż **scenariusze gatunkowe mają charakter jednocześnie zindywidualizowany**, uzależniony od wiedzy i doświadczeń każdego użytkownika języka, **i konwencjonalny** – wynikający z warunkowań społecznych oraz kulturowych. W konkretnych sytuacjach osobiste scenariusze gatunkowe ulegają redukcji do scenariuszy normatywnych. Co więcej, wyobrażenia użytkowników języka ulegają ciągłym przemianom. By to zrozumieć, warto odwołać się do teorii reprezentacji dyskursu (rozwijanej przez Jana van Eijcka i Hansa Kampa). Traktuje ona kontekst wypowiedzi (istotna część każdego scenariusza) jako zmienny – kolejne zdania zmieniają (uaktualniają) go, ponieważ są interpretowane w szerszej perspektywie, budowanej w wyniku interpretacji zdań poprzedzających. Podobnie jest w semantyce dynamicznej Jeroena Groenendijka i Martina Stokhofa – każda interpretacja zdania nie tylko zależy od kontekstu, ale też tworzy go (za: Stalmaszczyk 2014: 76).

Komunikatywiści wyróżniają dwa typy scenariuszy: **czasowo-przestrzenne** i **przyczynowo-skutkowe** (Habrajska 2004: 158). Przebieg jednych i drugich oznaczają za pomocą znaczników temporalnych. Relacja przyczyna–skutek oczywiście także ma charakter czasowy, więc odtworzenie takiego scenariusza wymaga zastosowania układu chronologicznego. W przypadku zdarzeń operacje interpretacyjne sprowadzają się w zasadzie do rozpoznania odpowiedniej sekwencji obrazów ideacyjnych, reprezentujących głównie działania. Jeśli jednak rozpatrywanym scenariuszem jest gatunek, jakie elementy należałoby uwzględnić?

Z pewnością na płaszczyźnie czasowo-przestrzennej należy ulokować charakterystyczne części danego typu wypowiedzi. Nie ma wątpliwości, że można do takich zaliczyć punkty graniczne, tworzące ramę delimitacyjną tekstu⁸ (przestrzeń tekstu rozumiana jest tutaj metaforycznie). Istotnymi elementami scenariusza będą także fragmenty porządkujące, różne w zależności od gatunku. Na przykład w powieści mogą to być rozdziały, w prasie – śródtytuły, w wypowiedziach ustnych – środki sygnalizujące zmianę tematu, w utworze muzycznym powtarzające się elementy, takie jak refren itd. W programach telewizyjnych mogą to być uwagi prowadzącego oznajmujące przejście do następnej części lub, podobnie jak w rozmowie czy prezentacji, zmianę tematu, ale także sygnały dźwiękowe (dżingle) lub graficzne (np. różnorakie plansze). Dla interpretatora oczywiście nie są to najważniejsze fragmenty scenariusza, ale ich występowanie z pewnością można uznać za jeden z sygnałów, z jakim scenariuszem odbiorca ma do czynienia.

Za istotę tożsamości gatunkowej tekstu w ujęciu komunikacyjnym można uznać jego izomorficzność ze standardowym scenariuszem gatunkowym,

⁸ Za tekst uznaję nie tylko przekaz werbalny, ale także całości multimodalne.

czy może precyzyjniej – o przypisaniu danej wypowiedzi do konkretnego gatunku decyduje zdolność odbiorcy do rozpoznania i zrekonstruowania izomorficznej postaci scenariusza, który jest przez komunikat przywoływany. Większość tekstów w praktyce ma postać nieizomorficzną w stosunku do konwencji, czyli występują w nich elementy innych gatunków bądź brakuje niektórych cech wiązanych standardowo z danym gatunkiem. Odbiorca może zidentyfikować zarówno owe braki, jak i nadmiary, porównując wypowiedź z własną wiedzą, stanowiącą bazę interpretacyjną.

3.1.2.2. Zakres przedmiotów badawczych

Tak pojmowane scenariusze genologiczne mogą być przedmiotem badania z wykorzystaniem narzędzi gramatyki komunikacyjnej. Analizie poddać można zarówno scenariusz jako standardowy ciąg obrazów ideacyjnych, jak i jako zasób wiążących się z nim jednostek formalnych typowo służących realizacji różnorodnych funkcji na poszczególnych poziomach komunikacyjnych. Opis gatunku w ujęciu komunikatywistycznym może więc obejmować m.in. typowe dla niego operatory ideacyjne, interakcyjne i organizacji dyskursu, sposoby kompresji i kondensacji treści, charakterystykę całych poziomów komunikacyjnych gatunku. Z drugiej strony – każdy tekst realizujący określony scenariusz genologiczny może stać się obiektem badania jako jednostkowe zdarzenie komunikacyjne (makroakt), reprezentujące gatunek. Badacz ma wówczas możliwość porównania konkretnej realizacji ze standardowym scenariuszem, co pozwala m.in. na wskazanie w tekście fragmentów nieizomorficznych.

Dzięki takiemu podejściu badanie może uwzględniać płynność form wypowiedzi, ich hybrydowość i wielowymiarowość. Na każdym z wymienionych poziomów komunikacyjnych materiał badawczy może ujawniać zarówno elementy izomorficzne, jak i nieizomorficzne wobec standardowego scenariusza. Unika się przy tym niespójności badania czy też wątpliwości klasyfikacyjnych. Zgodnie z duchem gramatyki komunikacyjnej bowiem analiza językoznawcza powinna nie tylko wykazywać mnogość form komponowania danego sensu, ale także stopień ich typowości w codziennej komunikacji. U podstaw komunikatywizmu leży więc fundamentalne dla badań genologicznych założenie, że ten sam sens (oraz te same cele) można przekazywać (realizować) na wiele różnych sposobów. Ich opis jest właśnie jednym z celów komunikatywistów. Na płaszczyźnie genologicznej celem analizy komunikatywistycznej jest poznanie i charakterystyka standardowych metod komponowania komunikatów według określonych scenariuszy genologicznych oraz niestandardowych sposobów wyrażania tego samego sensu gatunkowego.

Ze względu na zainteresowania badawcze skupiam się na formach wypowiedzi dziennikarskiej, jednak ideą gramatyki komunikacyjnej jest badanie komunikacji we wszystkich jej przejawach. Materiałem badawczym w tej metodzie

może być więc tekst reprezentujący dowolny gatunek. Ograniczeniem metody jest trudność jej zastosowania w odniesieniu do gatunków wielomodalnych. Ważnymi elementami ich struktury są, obok werbalnej, także warstwy wizualna czy audialna.

Gatunkami dziennikarskimi medioznawcy, językoznawcy i literaturoznawcy zajmują się już od kilkudziesięciu lat. Doczekały się więc one licznych opracowań, głównie w duchu strukturalistycznym, choć w ostatnich latach podejmowane są próby spojrzenia na nie z perspektywy nowych koncepcji genologicznych. Wśród badaczy gatunków dziennikarskich wyróżnić można takie nazwiska, jak: Jacek Maziarski (1969; 1970; 1976), Michał Szulczewski (1976), Jacek Wegner (1969), Walery Pisarek (1993), Maria Wojtak (2002; 2004; 2008; 2014), Wojciech Furman (2017), Zbigniew Bauer (2008), Edward Balcerzan (1999), Zbigniew Żmigrodzki (2007), Iwona Szwed (2017), Wiesław Godzic (2004), Kazimierz Wolny-Zmorzyński (2017; również w zespole z Andrzejem Kaliszewskim i Wojciechem Furmanem – 2006), Magdalena Steciąg (2006), Małgorzata Kita (1998), Barbara Bogolębska (2015; 2017), Beata Grochala (2012; 2016). Jedyńą jak dotąd próbą zastosowania prezentowanej tu metody jest wspomniana już wcześniej monografia, w której dokonuję opisu scenariusza genologicznego telewizyjnego magazynu sportowego „na żywo”.

3.1.2.3. Sposób badania scenariusza genologicznego

Ustalenie, które aspekty scenariusza genologicznego należy wziąć pod uwagę podczas jego rekonstrukcji, opiera się na propozycji Bogdana Wojciszkego (1986). Pisał on o schematach poznawczych i społecznych. Wyróżnił wśród nich trzy typy, zależne od treści. Pierwszą grupę stanowią **schematy przedmiotowe**, zawierające wiedzę o właściwościach egzemplarzy danego zbioru. Jest ona wyabstrahowana z poszczególnych przedmiotów, ale wynika też z zapamiętanych przez podmiot własnych reakcji na obiekty i interakcji z nimi. Drugi typ to **skrypty (inaczej zwane scenariuszami)**, będące uogólnieniami zdarzeń, powstającymi pod wpływem ich wielokrotnego powtarzania się w określonych sekwencjach i kontekstach. Na skrypt zawsze składają się jedynie najbardziej typowe elementy zdarzeń, pomijane są natomiast te, które można uznać za jednostkowe. Wojciszke powołuje się na wyniki badań Gordona H. Bowera, Johna B. Blacka i Terrence’a J. Turnera z 1979 roku, dowodzące realności skryptów w strukturach poznawczych człowieka. Jak wynika z przeprowadzonych przez nich eksperymentów, znaczna część elementów skryptów powtarza się w odpowiedziach wielu badanych, co więcej – powtarza się w określonej kolejności. Można stąd wysnuć wniosek o intersubiektywnym charakterze pewnych części skryptów oraz ich nadrzędnej organizacji według porządku czasowego. Dodatkowo elementy skryptów zróżnicowane są pod względem typowości.

Co istotne, pomiędzy oboma opisanymi dotąd typami schematów istnieją silne związki. Według Wojciszkego

schemat przedmiotowy zawiera nie tylko cechy „martwego” przedmiotu, ale i wyabstrahowaną reprezentację działań, w jakich przedmiot ów bierze aktywny bądź pasywny udział. Podobnie skrypt zawiera charakterystykę nie tylko zdarzeń lub działań, ale i reprezentację typowych przedmiotów (aktorów i rekwizytów) biorących w nich udział (Wojciszke 1986: 27).

Trzecią wyróżnioną przez B. Wojciszkego grupę stanowią **schematy atrybutywne**, na które składają się pewne aspekty przedmiotów i zdarzeń. Są to ich cechy, które mogą być zmienne, ale nie istnieją samodzielnie. Zbiór egzemplarzy danego schematu atrybutywnego tworzą przedmioty bądź zdarzenia posiadające daną cechę.

Jak wynika z powyższych rozważań, schematy przedmiotowe i skrypty mogą przypominać wyróżniane w gramatyce komunikacyjnej obrazy stanów i zdarzeń. W odniesieniu do genologii istotne jest pochodzenie schematów. Ich źródłem, jak wspomniano, są w dużej mierze reprezentacje epizodyczne, powiązane podobieństwami i uogólnione. Tym bardziej uzasadnione wydaje się przypuszczenie, iż **prototypami np. aktów lub gatunków mowy nie są zespoły cech, a konkretne, „doświadczone” przez dany podmiot, komunikaty, które uznaje on za najbardziej typowe**. Z kolei twierdzenie o wzajemnych powiązaniach między skryptami a schematami przedmiotowymi legitymizuje postrzeganie gatunków jako zarówno scenariuszy (profiluje ono dynamiczny i „zdarzeniowy” charakter gatunku), jak i statycznych obrazów (na wzór obrazów stanów).

B. Wojciszke wylicza także, z jakich elementów składają się skrypty. Wszystkie one są charakterystyczne i powtarzalne, dzięki czemu ludzie mogą rozpoznawać scenariusze, z jakimi w danej chwili mają do czynienia, właśnie na podstawie identyfikacji poszczególnych fragmentów. Należą do nich:

- a) sekwencja scen (zdarzeń, czynności), sugerująca rozciągłość w czasie i odpowiedni porządek wydarzeń,
- b) aktorzy, czyli uczestnicy skryptu,
- c) rekwizyty, rozumiane jako obiekty, które typowo są obecne w skrypcie,
- d) warunki uruchamiające skrypt,
- e) rezultat scenariusza.

Każdy z wymienionych elementów ma puste miejsca, które mogą być różnorodnie wypełnione w zależności od scenariusza, jaki jest realizowany. Można więc uznać, że w przypadku skryptów mamy do czynienia z klasami substytucyjnymi, dokładnie tak samo jak w standardach semantycznych. Odnosi się to także do gatunku traktowanego jako scenariusz. Poszczególne jego części mogą być wymienne (np. różne sposoby rozpoczynania i kończenia programu telewizyjnego). Tak jest chociażby z sekwencją zdarzeń – program telewizyjny obligatoryjnie

rozpoczyna czołówka, po której następuje wprowadzenie. Dopuszczalne są jednakże różne jego warianty w ramach klasy substytucyjnej WPROWADZENIA: wprowadzenie z prezentacją treści programu, wprowadzenie z żartem, wprowadzenie z wyjaśnieniem szczególnych/nietypowych okoliczności, wprowadzenie z rozmową z dziennikarzami z innego studia itp. Z kolei dla notatki prasowej niezbędne jest istnienie innej klasy substytutów WPROWADZENIA (np. nie występują tutaj żarty, rozmowy, wyjaśnienia itd.).

Zgodnie z założeniami komunikatywizmu, ale także w odwołaniu do ustaleń psychologii poznawczej, należy zastrzec, że **dla różnych gatunków inne elementy mogą być uznawane za ważniejsze z punktu widzenia genologicznej atrybucji**. Na przykład dla rozmowy potocznej aktorzy są mniej ważni niż choćby warunki uruchamiające cały skrypt. Nie zmienia to jednak sposobu, w jaki scenariusze są wykorzystywane przez użytkowników języka. Pozwalają one zarówno wykonywać typowe czynności i brać udział w interakcjach społecznych oraz zdaniach, jak i odpowiednio rozumieć sytuacje, w których podmiot się znajduje, i przewidywać ich przebieg.

Opierając się na cytowanej propozycji B. Wojciszkego, przyjmuję, że rekonstrukcja standardowego scenariusza genologicznego powinna obejmować charakterystykę następujących elementów:

- a) typowa sekwencja okoliczności powstawania komunikatów realizujących scenariusz,
- b) typowa sekwencja elementów konstrukcyjnych,
- c) typowi uczestnicy skryptu (zarówno po stronie nadawczej, jak i odbiorczej),
- d) sygnały uruchamiające w umyśle odbiorcy dany scenariusz,
- e) typowy rezultat scenariusza (rozumiany jako zakres typowych dla skryptu gatunkowego efektów perlokucyjnych).

Analiza materiału badawczego pod kątem tych pięciu aspektów pozwala na stworzenie standardowego scenariusza genologicznego i zapisanie go w postaci ciągu układów predykatowo-argumentowych odzwierciedlających wiedzę użytkowników języka o gatunku. Będą one oddawały typowe składniki komunikatów i sytuacji komunikacyjnych. W konkretnych realizacjach można dzięki temu odnaleźć także fragmenty nieizomorficzne, odbiegające od standardowego skryptu.

Komunikatywiści dokonują rozróżnienia jednostek nieizomorficznych ze względu na rodzaj nieizomorficzności. Zmiany pozycji jednostki w układach predykatowo-argumentowych określają jako **nieizomorficzność wewnętrzną** (Habrajaska 2004: 74) – mieściłyby się tutaj zatem wszelkie zmiany kolejności np. elementów struktury tekstu. **Nieizomorficzność zewnętrzną** zachodzi zaś wówczas, gdy zmianie ulega rama aktualizacji danego stanu rzeczy, opisywanego w wypowiedzi (wykładniki takiej ramy mogą aktualizować czas, miejsce lub krotność). Do nieizomorficzności zewnętrznej można zaliczyć modyfikacje aktualizujące okoliczności powstania tekstu, np. zmianę nadawcy bądź miejsca

publikacji, a także zmiany zachodzące na płaszczyźnie konstrukcyjnej – np. nietypowa substytucja argumentów w jednym z układów predykatowo-argumentowych tworzących scenariusz.

Z przyjętego przez komunikatywizm założenia o istnieniu trzech poziomów języka bezpośrednio wynika istnienie także trzech poziomów komunikatu. Dotyczy to przekazu jako całości, nie tylko jego warstwy językowej, choć w tej może być najlepiej widoczne. W związku z tym również interpretacja może się odbywać na trzech poziomach. Rozpoznanie treści ideacyjnych umożliwia odniesienie komunikatu do opisywanego przez niego fragmentu rzeczywistości (odpowiada to funkcji przedstawieniowej). Odtworzenie sensu interakcyjnego pozwala na poznanie stosunku mówiących do opisywanej rzeczywistości oraz rozpoznanie celu realizowanego przez nadawcę, określonego przez komunikatywizm jako **zamiar pragmatyczny** (Habrajska 2004: 126). Trzeci poziom, organizacji dyskursu, wiąże się z decyzjami nadawcy co do ukształtowania komunikatu (zarówno językowego, jak i audiowizualnego) i sposobu jego przekazania. Po stronie odbiorcy zaś pozostaje na tym poziomie rozpoznanie przynależności gatunkowej tekstu.

Komunikatywiści postulują, by każdy z wymienionych poziomów analizowany był za pomocą odmiennych metod (choć oczywiście w praktyce komunikacyjnej mamy do czynienia z ich kookurencją). Jednocześnie nacisk kładą na badanie procesów interpretacji, a nie samych tekstów.

Na gruncie genologii scenariusz gatunkowy także można podzielić na trzy poziomy komunikacyjne, a podział ten z kolei ma charakter dwutorowy. Każdy egzemplarz danego gatunku może bowiem podlegać komunikacyjnej analizie jako zwykły tekst kultury i w związku z tym da się go interpretować we wspomnianych trzech kierunkach. Jednocześnie poszczególne egzemplarze mogą być rozpatrywane z perspektywy uogólniającej – w celu rekonstrukcji scenariusza genologicznego. Wszystkie ich składowe zatem będą miały znamiona części pojedynczego komunikatu, a przy tym w każdym przekazie będzie można wskazać fragmenty stałe dla danego scenariusza. Różnica polega na tym, że formalne jednostki tekstu powiązane są z pewnymi obszarami sensu komunikacyjnego, natomiast elementy scenariusza genologicznego wskazują na coś, co można by określić jako globalny sens gatunkowy (mają zatem znaczenie gatunkowe czy może – gatunkotwórcze).

3.1.2.3.1. *Poziom ideacyjny scenariusza gatunkowego*

W gatunku postrzeganym jako scenariusz poziom ideacyjny odpowiada treściom, jakie standardowo przekazywane są za pomocą wypowiedzi reprezentujących tenże gatunek, lub emocjom bądź myślom, do których wyrażania typowo wykorzystuje się dany skrypt genologiczny. Za konieczne należy uznać przyjęcie pewnego stopnia ogólności w określaniu treści ideacyjnych gatunku. Jeżeli np. wiadomość prasowa informuje o rozpoczęciu prac remontowych na skrzyżowaniu ulic X i Y w mieście Z, konkretne jednostki operacyjne tekstu, wskazujące

na obrazy ideacyjne, będą tworzyły warstwę przedstawieniową samego tekstu. Natomiast tematyka, którą można by określić jako budownictwo, remonty, roboty drogowe itp. – będzie tym, co można uznać za poziom ideacyjny samego scenariusza gatunkowego (podlegający specyfikacji w poszczególnych egzemplarzach – w przytoczonym przykładzie ukonkretnieniem standardowego tematu wiadomości byłaby przebudowa skrzyżowania X/Y w mieście Z).

Analiza komunikatywistyczna tekstu jako reprezentanta gatunku wymaga zatem wyodrębnienia z niego tematów typowych dla scenariusza genologicznego. Kolejnym krokiem jest wskazanie sposobów detrywializacji zastosowanych przez twórcę komunikatu. Można w ten sposób ocenić m.in. poziom informatywności oraz umiejętność dostosowania do oczekiwań odbiorców (ten drugi czynnik ma znaczenie zwłaszcza w gatunkach użytkowych, ale także np. dziennikarskich). Określeniu sposobów detrywializacji służy procedura odnajdywania w tekście **operatorów ideacyjnych** (funkcjonujących na globalnym szczeblu gatunku).

W gramatyce komunikacyjnej operatorami ideacyjnymi nazywa się jednostki formalne tekstu, które nie wchodzą w skład układów predykatowo-argumentowych. Ich zadaniem jest aktualizowanie przywoływanych przez nadawcę obrazów przedstawieniowych, uruchamianie scenariuszy, generowanie predykatów analitycznych lub wprowadzanie kwantyfikacji. Zaliczają się do nich:

- operatory predykcji (np. ma, jest, czuje),
- aktualizatory: miejsca (np. pod mostem), czasu (np. rano), powtarzalności (np. codziennie) i trwania (np. latami)⁹,
- operatory kwantyfikacji i intensyfikacji (np. bardzo, nieco, niby),
- operatory gramatyczne: syntaktyczne (końcówki fleksyjne) i konektory (spójniki i łączniki, umożliwiające łączenie dwóch lub więcej predykatów zawierających odrębne obrazy ideacyjne) (Habrajska 2004: 87–92).

Dla scenariusza genologicznego, co widoczne będzie w rozdziale analitycznym, operatorami ideacyjnymi stają się różne elementy makroaktów realizujących standardowy skrypt. Co istotne, ze względu na różnice między poszczególnymi gatunkami, funkcje operatorów mogą spełniać odmienne jednostki tekstowe. W gatunkach multimodalnych, np. telewizyjnych, funkcje operatorów ideacyjnych mogą spełniać np. materiały wideo – relacje z miejsc zdarzeń. Warstwa wizualna indeksuje przekazywaną treść.

W przypadku gatunków dziennikarskich do operatorów ideacyjnych z pewnością zaliczyć można **tytuły**. Należy przy tym brać pod uwagę ich funkcję

⁹ O operatorach ideacyjnych umożliwiających aktualizację można mówić tylko wówczas, gdy spełniające ich funkcje jednostki formalne nie są częściami układów predykatowo-argumentowych (czyli nie występują w roli obligatoryjnych argumentów dla predykatów).

informacyjną. Nagłówki i tytuły jako operatory wskazują w sposób mniej lub bardziej bezpośredni na treść tekstu. Można więc uznać, że nagłówek komentarza prasowego *Co jest nie tak z produktywnością w UE* (Kleiber 2019) stanowi detrywializację standardu semantycznego określającego ogólnie tematykę podejmowaną przez ten konkretny gatunek. Uniwersalny układ predykatowo-argumentowy oddający wiedzę o zakresie tematycznym komentarzy prasowych mógłby wyglądać następująco:

ZAJMOWAĆ SIĘ [PRASOWY > KOMENTARZ, WAŻNYMI > PROBLEMAMI]

Przywołany powyżej tytuł pozwala na substytucję obu argumentów w tym układzie:

ZAJMOWAĆ SIĘ {MICHAŁA KLEIBERA > KOMENTARZ, PRODUKOWAĆ [WYTWÓRCY, TOWARY, (w) UNII EUROPEJSKIEJ]}

Analogicznie za operatory ideacyjne w wypowiedziach prasowych i internetowych należy uznać **śródytytuły**, oczywiście w ich funkcji informacyjnej, polegającej na wskazywaniu odbiorcy, co jest treścią kolejnych ustępów tekstu (podobnie operatorami ideacyjnymi w powieści są tytuły rozdziałów).

W przypadku tekstów dłuższych, wielowątkowych, operatorami ideacyjnymi mogą być **konkretne, pojedyncze zdania**. Na przykład kiedy autor artykułu publicystycznego sygnalizuje przejście do kolejnego tematu, taki fragment staje się operatorem informującym o tematyce dalszej części wypowiedzi. W tego typu przypadkach widoczna jest także multifunkcyjność operatorów – na poziomie organizacji dyskursu bowiem to samo zdanie można uznać za operator organizujący treść przekazu. W radiowym serwisie informacyjnym o przejściu do następnego tematu może słuchaczy informować sygnał dźwiękowy.

Przeprowadzenie takiej procedury badania poziomu ideacyjnego pozwala nie tylko zidentyfikować standardowe dla danego gatunku operatory, ale także określić najczęściej występującą w nim strukturę sensu ideacyjnego. Możliwe staje się np. wykazanie, że w konkretnych scenariuszach genologicznych w dziennikarstwie standardowo wychodzi się od ogólnego nakreślenia tematyki i poinformowania odbiorcy o zdarzeniu, a następnie stopniowo dokonuje się uszczegółowienia, a jednocześnie w jednostkowych realizacjach tychże skryptów występują często struktury nieizomorficzne (np. rozpoczęcie od szczegółu).

Analiza scenariuszy genologicznych na poziomie ideacyjnym umożliwia również scharakteryzowanie typowych sposobów kondensowania i kompresowania treści. Nie zawsze zakres informacji w komunikacie odpowiada dokładnie zakresowi znaczeniowemu jednostek formalnych, zastosowanych w wypowiedzi. Wynika to m.in. z dążenia języka i jego użytkowników do ekonomizacji przekazu. Tym samym interpretacja wymaga wykrycia i uzupełnienia przez odbiorcę **treści**

skondensowanych lub skompresowanych. Odbywa się to na podstawie odwołania do standardów semantycznych bądź wiedzy niesystemowej. Habrajska (2004: 103) definiuje zjawiska kompresji i kondensacji w korelacji z zakresem wiedzy, jaką trzeba wykorzystać, aby dokonać prawidłowej interpretacji. Zgodnie z jej podejściem kompresja zachodzi wówczas, gdy da się przeprowadzić dopełnienie sensu wyłącznie za pomocą wiedzy systemowej. Kondensacja z kolei powoduje, że doprowadzenie sensu do postaci pełnych układów predykatowo-argumentowych możliwe jest jedynie po wprowadzeniu dodatkowych założeń, wykraczających poza wiedzę systemową.

W dziennikarstwie przekazywanie informacji w sposób skompresowany jest zjawiskiem dość powszechnym. Występuje we wszystkich wypowiedziach, w których istotnym ograniczeniem jest czas (telewizja, radio) lub przestrzeń (prasa). Najczęściej skraca się lub fragmentuje wiadomości już wcześniej podane, jedynie sygnalizując powiązanie z nimi aktualnego komunikatu. Z kolei w gatunkach skupiających się na prezentowaniu opinii (jak np. komentarz czy felieton) z założenia część informacyjna ogranicza się do minimum niezbędnego dla wskazania odbiorcy, do czego autor w ogóle się odnosi. Przykładem mogą być telewizyjne magazyny sportowe „na żywo” – operatorami kompresji i kondensacji są w nich chociażby skróty wydarzeń sportowych emitowane w trakcie programu. Ponieważ pokazanie całego meczu nie miałoby sensu (od tego jest oddzielny gatunek – transmisja), prezentuje się widzom skrót obejmujący najważniejsze zdaniem dziennikarzy fragmenty zawodów. Odbiorcy na podstawie własnej wiedzy są w stanie odtworzyć standardowy scenariusz np. meczu piłkarskiego lub żużlowego, dzięki czemu mają świadomość niekompletności skrótu. Przekazane w nim informacje oraz dalsza dyskusja w studiu dostarczają wiadomości partykularnych, z których widz może zrekonstruować ogólny obraz przebiegu zdarzenia.

3.1.2.3.2. *Poziom interakcyjny scenariusza gatunkowego*

Potrzeba analizowania specyficznych cech komunikacji wskazujących na obecność nadbudowy nad sensem przedstawieniowym wypowiedzi doprowadziła do wyodrębnienia **poziomu interakcyjnego**. Uwaga badacza w przypadku tego poziomu skupia się na kilku elementach aktu komunikacyjnego: **nadawcy, odbiorcy, intencji i celu komunikacyjnym**. Jak zauważa A. Awdiejew, słowa nadawcy można rozumieć w ogólnym sensie ideacyjnym, a na skutek inferencji sytuacyjnej rozpoznać w nich sens interakcyjny, naddany i często ukryty (nie-wyrażony wprost) (por. Awdiejew 2004: 15). Jego rozpoznanie może wynikać z obecności w wypowiedzi jednostek formalnych spełniających funkcję **operatorów interakcyjnych** (wprowadzających akty mowy na poziomie interakcyjnym) lub na podstawie samej warstwy ideacyjnej (jeśli operatory nie występują). Niekiedy bowiem sam ogólny sens ideacyjny zmusza odbiorcę do poszukiwania zamiaru interakcyjnego. Jest to możliwe dzięki wzięciu pod uwagę sytuacji komunikacyjnej. Może ona sprawić, że uznanie wypowiedzi za zwykłe stwierdzenie

faktu będzie niewystarczające i wywoła w odbiorcy dysonans. Ograniczenie do przyjęcia komunikatu jako opisu rzeczywistości mogłoby bowiem wzbudzić wątpliwości co do zasadności jego wypowiedzenia w danej sytuacji. Różnica między treścią propozycjonalną komunikatu a jego wartością illokucyjną jest jednym z najważniejszych założeń teorii aktów mowy. Komunikatywizm także dostrzega ten brak identyczności – poziom ideacyjny odpowiada tu lokucji, natomiast interakcyjny – illokucji oraz perlokucji. W obu przypadkach widoczna jest świadomość badaczy, że analiza zjawisk interakcyjnych i treści przedstawieniowych wymaga odmiennego podejścia.

Ponieważ każdy tekst, jako makroakt, realizuje globalny cel interakcyjny, słuszne wydaje się przyjęcie założenia, że również poszczególnym scenariuszom genologicznym można przypisać standardowe dla nich cele, które w konkretnych realizacjach mogą być osiąmane obok partykularnych celów autora danej wypowiedzi. Na przykład standardowym celem wiadomości prasowej jest przekazywanie odbiorcom informacji i budowanie ich wiedzy o świecie, podczas gdy zamierzeniem partykularnym nadawcy konkretnej wiadomości może być powiadomienie o jednostkowym zdarzeniu lub – zainteresowanie odbiorców i zapewnienie gazecie pożądanej poczytności w przyszłości. Z kolei w komunikatach tradycyjnie określanych jako publicystyczne (np. komentarz prasowy, artykuł, magazyn publicystyczny) nadrzędnym standardowym celem jest przekonanie odbiorcy do przyjęcia prezentowanych w konkretnych tekstach opinii.

Biorąc pod uwagę powyższe spostrzeżenia, proponowana przeze mnie procedura badawcza wykorzystująca narzędzia komunikatywizmu obejmuje identyfikację i charakterystykę operatorów interakcyjnych występujących na płaszczyźnie scenariuszy genologicznych, a także badanie standardowych typów kontaktów językowych wprowadzanych przez wypowiedzi realizujące określone scenariusze. Podobnie jak w przypadku poziomu ideacyjnego, w scenariuszach gatunków multimodalnych najłatwiej jest zastosować metodę komunikatystyczną badając warstwę językową komunikatu. Operatorami interakcyjnymi mogą być jednak również elementy ikoniczne, audialne, kinezyczne (np. mowa ciała uczestników).

A. Awdiejew (2004: 50–51) dzieli kontakty werbalne ze względu na stopień dyscypliny merytorycznej i tematycznej oraz ze względu na poziom znajomości rozmówców. W pierwszym przypadku wyróżnia kontakty typu bona-fide i non-bona-fide, różniące się od siebie tym, że pierwsze wymagają trzymania się rozpoczętego tematu i merytorycznej dyskusji, natomiast drugie polegają na wszelkich zabawach słownych, żartach lub konfliktach językowych. W przypadku drugiego podziału wyróżnić można kontakty towarzyskie i oficjalne, a obie grupy mogą dzielić się dalej na podgrupy.

Określenie, czy scenariusz genologiczny standardowo zakłada typ kontaktu bona-fide, czy non-bona-fide, pozwala stwierdzić wszelkie odstępstwa od przyjętej konwencji w konkretnych realizacjach. Przykładowo notatka prasowa stan-

dardowo jest kontaktem językowym typu bona-fide, ponieważ (przynajmniej w założeniu) przekazuje informacje rzetelne, sprawdzone, co do których nadawca przekonany jest, że są prawdziwe. Od tej zasady odbiegają np. notatki zaplanowane jako kawał z okazji Prima Aprilis, w których celowo przekazywane są informacje zmyślane.

Z kolei ustalenie standardowego typu kontaktu językowego pod względem stopnia jego oficjalności pozwala na ustanowienie stałego punktu odniesienia, do którego można porównywać różne realizacje. Jeżeli np. typowe dla newsa radiowego jest zachowanie oficjalne, zdystansowane zarówno wobec słuchaczy, jak i przekazywanych treści, pojawiające się w serwisach informacyjnych newsy pisane językiem nieformalnym można będzie uznać za nieizomorficzne względem standardowego skryptu (zdarza się to np. w rozgłoszeniach niekomercyjnych). W magazynie publicystycznym w telewizji mowa ciała uczestników jest zazwyczaj powściągliwa i świadczy o poważnym podejściu do tematu. Odstępstwem od typowego scenariusza byłyby np. zachowania niewerbalne wyrażające niepoważne podejście do tematu lub rozmówców. W telewizyjnych serwisach informacyjnych z kolei dotyczyłoby to np. zastosowania zabawnych plansz graficznych lub fotomontaży towarzyszących odczytywanemu przez prezentera wprowadzeniu do newsa.

Komunikatywizm stosunkowo dużo miejsca w swych badaniach poświęca **operatorom interakcyjnym**, a więc tym jednostkom funkcjonującym w wypowiedziach, które odpowiadają za przekształcanie treści propozycyjalnych w akty mowy.

A. Awdiejew (2004: 94 i n.) dzieli operatory interakcyjne pod względem formalnym i funkcjonalnym. Pierwszy podział bierze pod uwagę samodzielność występowania operatora. Niektóre spośród nich funkcjonują bowiem w wypowiedzeniach jako zależne, czyli powiązane z jednostkami ideacyjnymi lub z całym wypowiedzeniem – np. modalno-syntagmatyczny operator pytania wymaga obecności operatora pytajnego i sformułowania po nim treści propozycyjalnej. Podobnie jest w przypadku niektórych operatorów emotywno-oceniających (mogą być np. przydawkami w ujęciu tradycyjnym, a więc funkcjonują jako określenia składników treści ideacyjnej). Drugą grupę formalną operatorów stanowią niezależne, występujące bez obligatoryjnego powiązania z treścią propozycyjalną.

Pod względem funkcjonalnym Awdiejew dzieli operatory na więcej grup, uzależnionych od typów aktów mowy, które są przez nie wprowadzane. Nadrzędna klasyfikacja obejmuje cztery grupy operatorów interakcyjnych: modalne, modalno-syntagmatyczne, emotywno-oceniające i działania.

Z reguły operatorami interakcyjnymi są określone leksemy bądź konstrukcje składniowe (czasem tryby czasowników), jednak w przypadku makroaktów i ich standardowych scenariuszy genologicznych funkcje takie mogą spełniać także większe fragmenty komunikatów. Celem badania z wykorzystaniem proponowanej metody jest więc identyfikacja i opis standardowych dla określonych

scenariuszy genologicznych operatorów interakcyjnych, a także wskazanie ewentualnych nietypowych, charakterystycznych np. tylko dla jednostkowego komunikatu operatorów.

W przypadku serwisu informacyjnego w telewizji operatorami takimi są np. zajawki pojawiające się na początku programu. Na poziomie ideacyjnym stanowią one swoisty spis treści i wskazują tematykę wydania, podczas gdy rozpatrywane na poziomie interakcyjnym wprowadzają zobowiązanie nadawcy wobec odbiorców. Kiedy prezenter zapowiada tematy i materiały, które mają się pojawić w dalszej części, w istocie składa widzom obietnicę i bierze za nią odpowiedzialność (rozumianą np. jako świadomość, że naruszanie owych obietnic może doprowadzić do zmniejszenia oglądalności przyszłych wydań serwisu). Podobną funkcję spełniają fragmenty materiałów filmowych do newsów, wyświetlane na początku programu samodzielnie lub jako obrazy towarzyszące ustnym zapowiedziom w wykonaniu prezentera.

W badaniu poziomu interakcyjnego gatunku obiektem zainteresowania mogą być także strategie interakcyjne realizowane przez nadawców wobec odbiorców. Zgodnie z założeniami gramatyki komunikacyjnej na poziomie interakcyjnym komunikacji jej uczestnicy realizują własne **intencje strategiczne**. Odbywa się to nie w pojedynczych aktach mowy, lecz w ich ciągach, czyli konwersacjach. Następujące po sobie pary przylegających aktów mowy stanowią podstawowy obiekt zainteresowania badacza interakcji w komunikatywizmie. W skrócie nazywane są **parami przylegającymi** i tworzą konwencjonalne zestawy takie jak np. pytanie – odpowiedź, czy żądanie – spełnienie/odmowa spełnienia (Awdiejew 2004: 68).

Ciągi konwersacyjne nie układają się liniowo, według z góry ustalonego schematu, który może być jedynie uzupełniany konkretnymi związanymi z daną sytuacją komunikacyjną. W trakcie konwersacji następują po sobie kolejne etapy, na których uczestnicy muszą dokonywać wyborów dotyczących dalszych działań werbalnych, pozwalających na kontynuację zapoczątkowanej strategii lub jej zmianę (Awdiejew 2004: 69).

W trakcie takich konwersacji możliwe są różnorodne reakcje (niekoniecznie konwencjonalne), a nawet zmiany celów komunikacyjnych partnerów. Z tego też względu Awdiejew wskazuje na niemożność jednoznacznego ustalenia szczegółowych reguł rządzących konwersacją i porządkujących ją (co nie wiąże się z przypadkowością przebiegu ciągów konwersacyjnych). Można jedynie określić ogólne zasady, wśród których nadrzędne miejsca zajmują **zasada kooperacji** i **zasada grzeczności** (Awdiejew 2004: 70), zaczerpnięte z prac H.P. Grice'a i G. Leecha. Ich nieprzestrzeganie skutkuje zaburzeniem normalnego przebiegu konwersacji. Do reguł tych komunikatywizm dołącza także **zasadę ekonomii konwersacyjnej** (wynika to z pojęcia efektu kontekstowego D. Sperbera i D. Wilson) oraz **zasadę spójności tematycznej** (związanej z maksymą odniesienia według Grice'a).

Biorąc pod uwagę powyższe, Awdiejew **zdefiniował strategię konwersacyjną jako** „taki świadomie kierowany przez nadawcę i interpretowany przez odbior-

cę spójny ciąg aktów mowy, za pomocą którego dążą oni do osiągnięcia wspólnie akceptowanego celu komunikacyjnego” (Awdiejew 2004: 69). Istotne z punktu widzenia badania całych tekstów jako potencjalnych nośników strategii jest stwierdzenie, że są one realizowane w konwersacji, stanowią spójny ciąg aktów mowy i dążą do osiągnięcia akceptowanego przez obie strony celu komunikacyjnego. W komunikacji medialnej nie mamy do czynienia z konwersacją na linii nadawca – odbiorcy (niekiedy jedynie osiąga się wysoki stopień interaktywności, jednak wciąż nie będzie to konwersacja). Realizacja strategii interakcyjnych możliwa jest jednak także w przypadku jednostronnych komunikatów, płynących od nadawcy do odbiorcy. Z tego też względu istotne jest odniesienie do perswazji. Działania perswazyjne konwencjonalnie zakładające jednostronność komunikacji (przynajmniej jako dominantę), jak np. reklama, także wymagają od nadawcy dopasowywania komunikatów do odbiorcy i przewidywania jego reakcji. Stosownie do nich nadawca musi kształtować dalsze działania językowe (por. Awdiejew 2004: 69).

Wykorzystywane przez rozmówców strategie Awdiejew dzieli przede wszystkim pod względem funkcjonalnym. Bierze pod uwagę cele komunikacyjne, które mogą być za ich pomocą osiągane. Wyróżnia cztery grupy (Awdiejew 2004: 71):

a) strategie informacyjno-weryfikacyjne, których celem jest przekazanie odbiorcy lub pozyskanie od niego informacji oraz dążenie do wspólnego ustalenia statusu modalnego owej informacji (prawdziwość lub stopień prawdopodobieństwa);

b) strategie aksjologiczno-emotywnie, pozwalające na wyrażenie i zaproponowanie partnerowi opinii wartościujących o znanych rozmówcom faktach lub innych elementach rzeczywistości;

c) strategie behawioralne, których celem jest skłonienie rozmówcy do podjęcia lub niepodjęcia określonego działania, bądź do zajęcia stanowiska wobec działania proponowanego przez nadawcę;

d) strategie metadyskursywne, mające charakter pomocniczy wobec pozostałych grup i odnoszące się do działań werbalnych w celu określenia ich precyzności lub poprawności oraz stwierdzenia skuteczności, co ma usprawnić przebieg konkretnych strategii i całej konwersacji. Ze względu na brak bezpośredniego kontaktu z odbiorcami można uznać, iż w gatunkach dziennikarskich strategię te nie występują.

Kiedy przedmiotem badania jest wypowiedź medialna jako egzemplarz realizujący określony scenariusz genologiczny, strategia zastosowana przez nadawcę służy realizacji określonych celów wobec odbiorców. Na przykład strategie informacyjno-weryfikacyjne służą autorom tekstów dziennikarskich do przekazywania informacji, aby odpowiednio modyfikować poziom wiedzy odbiorców. Mamy wówczas do czynienia z perswazją służącą budowaniu pożądanego przez nadawcę obrazu świata.

Wykładnikami takich strategii w tekstach medialnych są opisywane wcześniej operatory ideacyjne (wprowadzają konkretne treści propozycyjalne), ale

także np. pytania zadawane rozmówcom w wywiadach i programach telewizyjnych lub radiowych (by pozyskać ich wiedzę i przekazać ją publiczności), cytaty, partie tekstu, w których autor objaśnia skomplikowane zagadnienia lub przepisy prawne itd. Ponownie – w przypadku gatunków multimodalnych wykładnikiem strategii są nie tylko ustne wypowiedzi, ale także elementy audialne (np. dramatyczny lub smutny podkład dźwiękowy materiału filmowego wpływający na ogólny nastrój newsa).

Strategie aksjologiczno-emotywne realizowane są z kolei za pomocą wszelkich elementów wypowiedzi służących zaprezentowaniu opinii nadawcy i zachęceniu odbiorców do jej przyjęcia (choć nie jest to warunek konieczny, ponieważ w przypadku wielu wypowiedzi medialnych celem zadowalającym dziennikarzy wydaje się samo przedstawienie swoich poglądów). W gatunkach tradycyjnie nastawionych na kształtowanie opinii publicznej strategie aksjologiczno-emotywne są lepiej widoczne, a ich realizacja odbywa się na poziomie mikroaktów.

Ciekawym zastosowaniem narzędzi komunikatywistycznych na gruncie genologicznym może być wykorzystanie podziału funkcjonalnego strategii interakcyjnych dla nowego sklasyfikowania gatunków dziennikarskich. Tradycyjny podział na gatunki informacyjne i publicystyczne, zakorzeniony w wiedzy potocznej i coraz rzadziej stosowany w medioznawstwie, można zastąpić nowym, opartym na strategiach, jakie standardowo dominują w tekstach realizujących poszczególne scenariusze genologiczne. Klasyfikacja taka mogłaby obejmować:

- wypowiedzi medialne prymarnie realizujące strategie informacyjno-weryfikacyjne,
- wypowiedzi medialne prymarnie realizujące strategie aksjologiczno-emotywne,
- wypowiedzi medialne realizujące strategie behawioralne.

Takie ujęcie, wymagające oczywiście gruntownego badania i zastanowienia, pozwalałoby w sposób stosunkowo elastyczny ująć uniwersum wypowiedzi medialnych. Wskazane grupy byłyby bowiem wydzielone ze względu na standardową (charakterystyczną dla standardowego scenariusza) dominantę strategiczną, co oczywiście nie wyklucza obecności w nich pozostałych strategii.

Podział taki jednocześnie kładzie nacisk na zjawisko powszechnej w mediach perswazji (jest ona niezbędna, aby można było mówić o przeprowadzaniu strategii interakcyjnych) i pozwala odejść od nieprzystających do praktyki medialnej teoretycznych kategorii, jak np. zasada asertoryczności w tekstach informacyjnych. W rzeczywistości bowiem newsy, serwisy informacyjne, notatki prasowe i inne gatunki tradycyjnie nazywane informacyjnymi, w mniej lub bardziej oczywisty sposób służą celom perswazyjnym. Zaliczenie ich do klasy wypowiedzi prymarnie realizujących strategie informacyjno-weryfikacyjne umożliwia traktowanie ich jako służących wpływaniu na wiedzę odbiorców o świecie i budowaniu z góry założonego przez nadawcę obrazu rzeczywistości.

3.1.2.3.3. Poziom organizacji dyskursu scenariusza genologicznego

Gatunki dziennikarskie można także poddać badaniu na **poziomie organizacji dyskursu**. W tradycyjnych ujęciach językoznawczych zajmowano się nim chociażby w ramach stylistyki. Dla komunikatywistów sposób przekazania treści istotny jest w takim zakresie, w jakim wpływa na rozumienie sensu ideacyjnego lub zmienia sens interakcyjny, ale nie negują oni zasadności analiz skupiających się wyłącznie na poziomie organizacji dyskursu.

Wśród zagadnień związanych z tym właśnie poziomem komunikacji Awdiejew i Habrajska (2010: 233) wyróżniają:

- parafrazowanie (i jego wpływ na kompozycję sensu wypowiedzi),
- funkcjonowanie operatorów organizacji dyskursu (tekstowych),
- kompozycję sensu gatunkowego tekstu.

O sposobach parafrazowania komunikatywiści piszą w kontekście jego powiązania z sensem ideacyjnym w odniesieniu do zmian, jakie mogą w nim zachodzić po dodaniu w procesie parafrazowania nowych składników sensu. Jednocześnie zmiana w sposobie przekazywania treści może różnicować sens gatunkowy komunikatu. Najczęściej wiąże się to po prostu ze zmianą stylu, w jakim przekaz został skonstruowany. Warto podkreślić jest jednak spostrzeżenie, że niektóre parafrazy mają charakter wewnątrzgatunkowy, czyli nie powodują zmiany stylu komunikowania. Różnica może wówczas polegać np. na zmianie hierarchii ważności przekazywanych treści.

Badanie scenariuszy genologicznych na tym poziomie komunikacji obejmuje przede wszystkim identyfikację i opis tych składników tekstów, które spełniają funkcje operatorów organizacji przekazu. G. Habrajska zalicza do nich:

- operatory dyskursu – organizują i podtrzymują kontakt (przywitanie, podtrzymywanie kontaktu, pożegnanie);
- operatory metatekstowe – porządkują kontakt werbalny, nie są związane z jego treścią; zaliczają się do nich operatory delimitacji – ułatwiające odbiorcy przyjęcie treści w porządku zamierzonym przez nadawcę – oraz znaki koherencji, wskazujące na powiązania sensu między częściami komunikatu;
- operatory organizacji treści – określają zakres informacyjny powiadomienia, hierarchizują informacje, sygnalizują parafrazowanie, wprowadzają specyfikacje i wyjaśnienia (Habrajska 2004: 94–95).

Na gruncie genologii istotne jest określenie, które elementy wypowiedzi są operatorami organizującymi treść, które odpowiadają za nawiązanie i podtrzymanie kontaktu z odbiorcą, a które porządkują kontakt. Wskazanie typowych dla każdego gatunku operatorów pozwoli na ustalenie np. standardowych sposobów rozpoczynania tekstu realizującego określony scenariusz genologiczny (jak choćby czołówka oraz powitanie widzów i przedstawienie gości w magazynach telewizyjnych), a także jego organizowania i hierarchizowania (np. zmiany tematów, przejścia między poszczególnymi częściami wypowiedzi itp.).

Komunikatywistyczne badanie gatunku na poziomie organizacji dyskursu może objąć także aspekt stylistyczny, skupiając się na sposobach wyrażania tych samych treści za pomocą różnych środków formalnych (dla komunikatywistów jest to najważniejsze zagadnienie związane z parafrazowaniem) i na nadwyżkach sensu, jakie pojawiają się pod wpływem różnych modyfikacji językowych i poza-językowych komunikatu.

3.1.3. Podsumowanie

Proponowana nowa metoda prowadzenia badań genologicznych, odwołująca się do powstałej na gruncie językoznawstwa gramatyki komunikacyjnej, niesie ze sobą szereg interesujących możliwości. Jej główną zaletą jest mocne osadzenie w realiach komunikacyjnych, w których funkcjonują przecież wszystkie wypowiedzi, bez względu na to, jaki gatunek reprezentują. Odmienne od dotychczasowych spojrzenie na sam gatunek pozwala z kolei uniknąć problemów tradycyjnej genologii, mającej duże trudności z pogodzeniem sztywnej klasyfikacji gatunków z praktyką komunikacyjną. Pewnym ograniczeniem tej metody jest kłopotliwość zastosowania w przypadku gatunków wielomodalnych. Co prawda na różnych poziomach scenariusza gatunkowego można badać także elementy pozajęzykowe, które spełniają funkcje operatorów i ustalać stopień ich ustandaryzowania, jednak nie da się ukryć, że dużo lepiej narzędzia komunikatywistyczne sprawdzają się w badaniu warstwy językowej takich komunikatów.

Podstawą genologii komunikatywistycznej jest przyjęcie założenia, że gatunek to w istocie standardowy scenariusz genologiczny, stanowiący bazę interpretacyjną (jak standardy semantyczne) w procesie odbioru komunikatów, a jednocześnie punkt odniesienia w procedurze formułowania wypowiedzi. Każdy tekst jest realizacją określonego scenariusza, a wszelkie odstępstwa od niego można potraktować jako nieizomorficzność, którą odbiorca dostrzega, a następnie sprowadza do znanej sobie, typowej postaci w procesie interpretacji. Stąd też możliwe jest powstawanie wypowiedzi bardzo zróżnicowanych, pozornie nietrzymających się jednego scenariusza.

Zastosowanie proponowanej metody badawczej obejmuje następujące czynności i komponenty:

- 1) odtworzenie na podstawie odpowiedniego materiału badawczego standardowego scenariusza, obejmującego:
 - a) okoliczności powstania wypowiedzi,
 - b) kolejność występowania elementów strukturalnych,
 - c) uczestników scenariusza,
 - d) warunki uruchamiające skrypt,
 - e) rezultat scenariusza;
- 2) badanie poziomów komunikacyjnych scenariusza genologicznego:
 - a) poziom ideacyjny, w ramach którego przedmiotem badań mogą być:
 - standardowa tematyka poruszana w tekstach realizujących scenariusz,

- operatory ideacyjne,
- struktura sensu ideacyjnego scenariusza,
- metody kompresji i kondensacji sensu ideacyjnego;
- b) poziom interakcyjny, na którym badaniu mogą podlegać:
 - typy kontaktów językowych między nadawcą a odbiorcami,
 - układ interakcyjny scenariusza genologicznego,
 - operatory interakcyjne charakterystyczne dla danego scenariusza,
 - typowe strategie interakcyjne realizowane przez nadawcę wobec odbiorców;
- c) poziom organizacji dyskursu, którego analiza może obejmować:
 - operatory przekazu informacyjnego,
 - stylistyczne ukształtowanie wypowiedzi realizujących scenariusz genologiczny.

W zależności od celu badanie może objąć jedynie niektóre z wymienionych wyżej elementów lub wszystkie. W tym drugim wypadku opis scenariusza genologicznego oczywiście będzie najpełniejszy.

W rozdziale analitycznym zaprezentowane zostanie przykładowe badanie z wykorzystaniem proponowanej metody.

Literatura

- Austin John (1993), *Mówienie i poznawanie: rozprawy i wykłady filozoficzne*, przeł. B. Chwe-deńczuk, Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warszawa.
- Awdiejew Aleksy (1987), *Pragmatyczne podstawy interpretacji wypowiedzi*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków.
- Awdiejew Aleksy (2004), *Gramatyka interakcji werbalnej*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków.
- Awdiejew Aleksy (2008), *Gramatyka komunikacyjna: wybór jednostki operacyjnej*, [w:] *Język a kultura*, t. 20: *Tom jubileuszowy*, red. A. Dąbrowska, Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław, s. 119–128.
- Awdiejew Aleksy (2018a), *Parafrazowanie jako wskazywanie na sens*, [w:] *Parafrazowanie w dyskursie artystycznym*, red. G. Habrajska, Primum Verbum, Łódź, s. 33–48.
- Awdiejew Aleksy (2018b), *Wstęp do teorii parafrazy*, [w:] *Parafrazowanie w dyskursie artystycznym*, red. G. Habrajska, Primum Verbum, Łódź, s. 9–14.
- Awdiejew Aleksy, Habrajska Grażyna (2004), *Wprowadzenie do gramatyki komunikacyjnej*, t. 1, Leksem, Łask.
- Awdiejew Aleksy, Habrajska Grażyna (2006), *Wprowadzenie do gramatyki komunikacyjnej*, t. 2, Leksem, Łask.
- Awdiejew Aleksy, Habrajska Grażyna (2010), *Komponowanie sensu w procesie odbioru komunikatów*, Primum Verbum, Łódź.
- Bachtin Michaił (1970), *Problemy poetyki Dostojewskiego*, przeł. M. Modzelewska, PIW, Warszawa.
- Bachtin Michaił (1986), *Estetyka twórczości słownej*, przeł. D. Ulicka, PIW, Warszawa.

- Balbus Stanisław (1999), *Zagłada gatunków*, „Teksty Drugie”, nr 6, s. 25–39.
- Balcerzan Edward (1999), *W stronę genologii multimedialnej*, „Teksty Drugie”, nr 6, s. 7–24.
- Bartmiński Jerzy (1990), *Kolekcja w strukturze tematycznej tekstu ustnego*, [w:] *Tekst w kontekście. Zbiór studiów*, red. T. Dobrzyńska, Zakład Narodowy im. Ossolińskich, Wrocław, s. 155–174.
- Bauer Zbigniew (2008), *Gatunki dziennikarskie*, [w:] *Dziennikarstwo i świat mediów*, red. Z. Bauer, E. Chudziński, Universitas, Kraków, s. 255–280.
- Bogolebska Barbara (2015), *Retoryka, genologia i stylistyka tekstów literackich i dziennikarskich*, Primum Verbum, Łódź.
- Bogolebska Barbara (2017), *Przydatność instrumentarium retorycznego i metod retorycznej analizy tekstu w badaniach nad gatunkami medialnymi*, [w:] *Współczesne media. Gatunki w mediach*, t. 1: *Zagadnienia teoretyczne. Gatunki w mediach drukowanych*, red. I. Hofman, D. Kępa-Figura, Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, Lublin, s. 53–64.
- Fleischer Michael (2002), *Konstrukcja rzeczywistości*, Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław.
- Fras Janina (2012), *Podstawy identyfikacji i typologii wypowiedzi w mediach masowych*, [w:] *Komunikologia. Teoria i praktyka komunikacji*, red. E. Kulczycki, M. Wendland, Wydawnictwo Naukowe Instytutu Fizyki Uniwersytetu Adama Mickiewicza, Poznań, s. 13–29.
- Fras Janina (2013), *O typologii wypowiedzi medialnych i dziennikarskich*, Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław.
- Furman Wojciech (2017), *Trzy wersje gatunków dziennikarskich*, [w:] *Współczesne media. Gatunki w mediach*, t. 1: *Zagadnienia teoretyczne. Gatunki w mediach drukowanych*, red. I. Hofman, D. Kępa-Figura, Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, Lublin, s. 207–221.
- Gatunki dziennikarskie w Europie. Wstęp do genologii porównawczej* (2017), red. K. Wolny-Zmorzyński, Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław.
- Godzic Wiesław (2004), *Telewizja i jej gatunki po „Wielkim Bracie”*, Universitas, Kraków.
- Grochala Beata (2012), *Komentarz (sportowy), relacja (sportowa), sprawozdanie (sportowe) – przegląd stanowisk*, „Acta Universitatis Lodzensis. Folia Litteraria Polonica”, nr 3, s. 95–105.
- Grochala Beata (2015), *Telewizyjna transmisja sportowa jako kolekcja gatunków*, [w:] *Gatunki mowy i ich ewolucja*, t. V: *Gatunek a granice*, red. D. Ostaszewska, J. Przyklenk, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice, s. 347–355.
- Grochala Beata (2016), *Telewizyjna transmisja sportowa w ujęciu genologii lingwistycznej na materiale meczów piłki nożnej*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź.
- Grochowski Grzegorz (2018), *Pamięć gatunków. Ponowoczesne dylematy atrybucji gatunkowej*, IBL PAN, Warszawa.
- Habrajska Grażyna (2004), *Komunikacyjna analiza i interpretacja tekstu*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź.
- Kalisz Roman, Cap Piotr (2014), *Językoznawstwo kognitywne w analizie pragmatyki językowej. Historia i stan obecny*, [w:] *Pragmatyka, retoryka, argumentacja. Obrazy języka i dyskursu w naukach humanistycznych*, red. P. Stalmaszczyk, P. Cap, Universitas, Kraków, s. 177–195.

- Kiklewicz Aleksander (2018), *Dowcip jako gatunek nomadyczny: poziomy i granice odmienności semantycznej*, [w:] *Parafrazowanie w dyskursie artystycznym*, red. G. Habrajska, Primum Verbum, Łódź, s. 49–71.
- Kita Małgorzata (1998), *Wywiad prasowy: język, gatunek, interakcja*, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice.
- Kleiber Michał (2019), *Co jest nie tak z produktywnością w UE*, <https://www.rp.pl/Opinie/308059919-Co-jest-nie-tak-z-produktywnoscia-w-UE.html> [dostęp: 8.08.2019].
- Langacker Ronald (1995), *Wykłady z gramatyki kognitywnej*, przeł. H. Kardela, Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, Lublin.
- Langacker Ronald (2005), *Obserwacje i rozważania na temat zjawiska subiektyfikacji*, przeł. M. Majewska, Universitas, Kraków.
- Laskowska Elżbieta (2004), *Dyskurs parlamentarny w ujęciu komunikacyjnym*, Wydawnictwo Akademii Bydgoskiej im. Kazimierza Wielkiego, Bydgoszcz.
- Maruszewski Tomasz (1996), *Psychologia poznawcza*, Znak – Język – Rzeczywistość: Polskie Towarzystwo Semiotyczne, Warszawa.
- Maziarski Jacek (1969), *Metodologiczne problemy nauki o gatunkach dziennikarskich*, [w:] *Metody i techniki badawcze w prasoznawstwie*, t. 1, red. M. Kafel, Wydawnictwa Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa, s. 113–129.
- Maziarski Jacek (1970), *Problem systematyzacji gatunków dziennikarskich*, [w:] *Metody i techniki badawcze w prasoznawstwie*, t. 2, red. M. Kafel, Wydawnictwa Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa, s. 77–104.
- Maziarski Jacek (1976), *Narracja felietonu*, „Zeszyty Prasoznawcze”, nr 3, s. 55–64.
- Okopień-Sławińska Aleksandra (1985), *Semantyka wypowiedzi poetyckiej. Preliminaria*, Zakład Narodowy im. Ossolińskich, Wrocław.
- Pisarek Walery (1993), *Gatunek dziennikarski: informacja prasowa*, „Zeszyty Prasoznawcze”, nr 3/4, s. 156–159.
- Pöppel Ernst, Edingshaus Anna-Lydia (1998), *Mózg – tajemniczy kosmos*, przeł. M. Skalska, PIW, Warszawa.
- Post Michał (2014), *Akty i gatunki mowy. Próba wielopłaszczyznowego zbliżenia*, [w:] *Pragmatyka, retoryka, argumentacja. Obrazy języka i dyskursu w naukach humanistycznych*, red. P. Stalmaszczyk, P. Cap, Universitas, Kraków, s. 197–226.
- Ricoeur Paul (2009), *O interpretacji. Esej o Freudzie*, przeł. M. Falski, Wydawnictwo KR, Warszawa.
- Rosch Eleanor (2007), *Zasady kategoryzacji*, przeł. R. Balas, [w:] *Psychologia poznawcza w trzech ostatnich dekadach XX wieku*, red. Z. Chlewiński, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk, s. 409–430.
- Sławiński Janusz (1998), *Synchronia i diachronia w procesie historycznoliterackim*, [w:] *tegoż, Prace wybrane*, t. 2: *Dzieło. Język. Tradycja*, Universitas, Kraków, s. 15–16.
- Siekiera Rafał (2021), *Charakterystyka genologiczna telewizyjnego magazynu sportowego „na żywo” w perspektywie komunikatywistycznej*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź.
- Sokołowska Olga (2001), *A Cognitive Study of Speech Acts*, Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk.
- Sperber Dan, Wilson Deirdre (2011), *Relewancja: komunikacja i poznanie*, przeł. M. Charzyńska-Wójcik i in., Tertium, Kraków.

- Stalmaszczyk Piotr (2014), *Źródła pragmatyki formalnej i formalnych badań nad kontekstem*, [w:] *Pragmatyka, retoryka, argumentacja. Obrazy języka i dyskursu w naukach humanistycznych*, red. P. Stalmaszczyk, P. Cap, Universitas, Kraków, s. 61–82.
- Steciag Magdalena (2006), *Informacja, wywiad, felieton. Sposób istnienia tradycyjnych gatunków w radiu komercyjnym*, Wydawnictwo Uniwersytetu Zielonogórskiego, Zielona Góra.
- Stockwell Peter (2006), *Poetyka kognitywna. Wprowadzenie*, przeł. A. Skucińska, Universitas, Kraków.
- Szkudlarek-Śmiechowicz Ewa (2015), *Magazyn telewizyjny jako gatunek w formie kolekcji*, [w:] *Gatunki mowy i ich ewolucja*, t. V: *Gatunek a granice*, red. D. Ostaszewska, J. Przyklenk, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice, s. 393–402.
- Szulczewski Michał (1976), *Publicystyka. Problemy teorii i praktyki*, Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warszawa.
- Szwed Iwona (2017), *Komentarz prasowy – innowacyjność a elementy prototypowe*, [w:] *Współczesne media. Gatunki w mediach*, t. 1: *Zagadnienia teoretyczne. Gatunki w mediach drukowanych*, red. I. Hofman, D. Kępa-Figura, Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, Lublin, s. 145–164.
- Tversky Amos (2007), *Cechy podobieństwa*, przeł. R. Balas, [w:] *Psychologia poznawcza w trzech ostatnich dekadach XX wieku*, red. Z. Chlewiński, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk, s. 521–557.
- Wegner Jacek (1969), *Metoda systematyzowania form dziennikarskich*, [w:] *Metody i techniki badawcze w prasoznawstwie*, t. 1, red. M. Kafel, Wydawnictwa Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa, s. 130–144.
- Wilkoń Aleksander (2002), *Spójność i struktura tekstu. Wstęp do lingwistyki tekstu*, Universitas, Kraków.
- Wojciszke Bogdan (1986), *Teoria schematów społecznych. Struktura i funkcjonowanie jednostkowej wiedzy o otoczeniu społecznym*, Zakład Narodowy im. Ossolińskich, Wrocław.
- Wojciszke Bogdan (2006), *Człowiek wśród ludzi. Zarys psychologii społecznej*, Scholar, Warszawa.
- Wojtak Maria (2004), *Gatunki prasowe*, Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, Lublin.
- Wojtak Maria (2006), *Gatunek w formie kolekcji a kolekcja gatunków*, „Poznańskie Spotkania Językoznawcze”, t. 15, s. 143–152.
- Wojtak Maria (2008), *Analiza gatunków prasowych. Podręcznik dla studentów dziennikarstwa i kierunków pokrewnych*, Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, Lublin.
- Wojtak Maria (2014), *O gatunkach wypowiedzi i ich prasowych konkretyzacjach*, „Językoznawstwo: współczesne badania, problemy i analizy językoznawcze”, nr 1, s. 95–105.
- Wolny-Zmorzyński Kazimierz, Kaliszewski Andrzej, Furman Wojciech (2006), *Gatunki dziennikarskie. Teoria, praktyka, język*, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa.
- Wyslouch Seweryna (2005), *Nowa genologia – rewizje i reinterpretacje*, [w:] *Polonistyka w przebudowie. Literaturoznawstwo – wiedza o języku – wiedza o kulturze – edukacja*, t. 1, red. M. Czermińska i in., Universitas, Kraków, s. 97–113.
- Żmigrodzki Zbigniew (2007), *Dziennikarstwo: zarys problematyki*, Górnośląska Wyższa Szkoła Handlowa im. Wojciecha Korfanteo, Katowice.

3.2. Komunikatywistyczna analiza genologiczna w praktyce na przykładzie badania telewizyjnych serwisów informacyjnych – Rafał Siekiera

<https://doi.org/10.18778/8220-429-2.07>

Opisana w rozdziale teoretycznym metoda, jak wspomniano, może posłużyć do badania dowolnego elementu każdego scenariusza genologicznego. Dla lepszego zobrazowania zaprezentowanych możliwości w niniejszym rozdziale przedstawię wyniki badania telewizyjnych serwisów informacyjnych. Jego celem było odtworzenie standardowego scenariusza serwisu, a więc kolejno:

- okoliczności powstawania,
- układ elementów strukturalnych,
- typowych uczestników scenariusza,
- warunki uruchamiające,
- rezultat skryptu.

Jak zaznaczono w rozdziale teoretycznym, gatunki w tym ujęciu można badać zarówno całościowo (wszystkie elementy proponowane przez Wojciszkego w połączeniu z badaniem trzech poziomów gatunku – ideacyjnego, interakcyjnego i organizacji dyskursu), jak i poświęcając uwagę wybranemu jego aspektowi (np. opis tylko poziomu ideacyjnego). Ze względu na ograniczenie objętości zostanie tutaj zaprezentowana analiza częściowa. Badanie pełne, dotyczące innego gatunku telewizyjnego, zawarte jest w odrębnej monografii pt. *Charakterystyka genologiczna telewizyjnego magazynu sportowego „na żywo” w perspektywie komunikatywistycznej* (Siekiera 2021). Spory fragment części analitycznej publikacji prezentuje sposób analizy poziomów scenariusza gatunkowego, rozpatrujący także elementy audiowizualne i ikoniczne jako operatory charakterystyczne dla danego gatunku. W ten sposób uwzględnienie wielomodalności gatunku w tego typu analizie jest możliwe. Mimo że narzędzia proponowane przez komunikatywizm powstały na gruncie językoznawstwa i przystosowane są przede wszystkim do badania komunikatów językowych, przeniesienie ich na grunt genologii, choć napotyka na pewne trudności, pozwala na wykroczenie poza aspekty werbalne komunikatów. Dla przykładu – w telewizyjnych serwisach informacyjnych występuje wiele elementów pozawerbalnych, jak choćby relacje z miejsc zdarzeń w postaci filmowej, w których współwystępują obrazy i dźwięki. Mogą one stanowić zarówno operatory ideacyjne o charakterze indeksującym przekazywane treści, jak i operatory interakcyjne – pokazywany obraz ma wpływać na odbiorców i sprawić, by przyjęli proponowaną przez nadawcę medialnego wizję świata. Istotne dla charakterystyki gatunku są także elementy takie jak czołówka (zawiera zarówno motyw muzyczny, jak i obiekty graficzne – np. logo, tytuł), podpisy na paskach dolnych (mogą spełniać funkcje operatorów na wszystkich poziomach komunikacyjnych gatunku) czy zdjęcia towarzyszące werbalnemu wprowadzeniu do

newsa odczytywanemu przez prezentera. W analizie z perspektywy komunikatywistycznej możliwe jest więc zwrócenie uwagi na funkcjonalność elementów pozawerbalnych, podobnie jak werbalnych.

Jaki jest zatem potencjał eksplikacyjny metody? Z całą pewnością pozwala ona na dokonanie opisu gatunku na podstawie badania poszczególnych jego egzemplarzy. Ważniejsza od tego typu dokumentacyjnego podejścia wydaje się możliwość odkrywania w konkretnych egzemplarzach realizujących scenariusz gatunkowy elementów o charakterze standardowym oraz nieprzystających – nieizomorficznych. W efekcie można zbadać różne metody przekazywania tego samego sensu gatunkowego. W przypadku gatunków medialnych daje to szansę m.in. na ustalenie sposobów uatrakcyjniania przekazu i przyciągania odbiorcy. Inną zaletą metody jest wykazanie funkcji, jakie spełniają różnorodne elementy komunikatu na każdym poziomie komunikacyjnym. Umożliwia to nie tylko wyliczenie typowych dla danego gatunku operatorów ideacyjnych, interakcyjnych i organizacji dyskursu, ale także różnorodnych sposobów ich wykorzystania w konkretnych przekazach reprezentujących gatunek.

3.2.1. Wprowadzenie do analizy

Materiał badawczy stanowiło 40 serwisów informacyjnych (losowo wybranych spośród 80 nagrań) wyemitowanych między 8.08.2019 a 13.09.2019 przez następujące stacje telewizyjne: TVP1, TVN, TVN24, Polsat, Polsat News, Polsat News 2, Superstacja. W celu zapewnienia możliwie największej różnorodności (pozwalającej spodziewać się przykładów nieizomorficzności konkretnych programów ze standardowym scenariuszem) w puli materiału uwzględnione zostały serwisy emitowane o różnych porach dnia. Wszystkie nagrane programy przeanalizowano według tego samego schematu, pozwalającego scharakteryzować wymienione powyżej elementy scenariusza genologicznego.

W gramatyce komunikacyjnej standardowe scenariusze zapisywane są w postaci **ciągu predykatów**, poprzedzanych ujętymi w nawiasy oznaczeniami miejsca, jakie zajmują w skryptach. Poszczególne układy predykatowo-argumentowe odpowiadają oczywiście kolejnym zdarzeniom bądź stanom składającym się na typową sekwencję scen. W przypadku scenariuszy czasowo-przestrzennych oznaczenia w nawiasach mają charakter temporalny, porządkują bowiem wydarzenia w układzie chronologicznym. Wspomniane układy predykatowo-argumentowe i standardy semantyczne są elementami występującymi w tekstach, podczas gdy w skryptach gatunkowych mamy do czynienia z opisem składników sytuacji komunikacyjnej lub zdarzeń logicznie powiązanych z powstaniem wypowiedzi realizującej skrypt. Są to fragmenty nie samych tekstów, lecz wiedzy o świecie. Proponuję jednak zapisywanie ich, podobnie jak w gramatyce komunikacyjnej, za pomocą ciągów układów predykatowo-argumentowych. Wspomniane elementy wiedzy można oddać za pośrednictwem stwierdzeń typu:

Reporterzy przygotowują newsy.

Każde takie twierdzenie zawiera oczywiście określony standard semantyczny (w tym przypadku: PRZYGOTOWYWAĆ [REPORTERZY, NEWSY]), stąd też uzasadnione wydaje się zapisywanie ich od razu jako układów predykatowo-argumentowych. Należy jednak pamiętać, że mowa jest o składnikach typowych dla sytuacji komunikacyjnej czy też logicznego ciągu zdarzeń prowadzącego do powstania danej wypowiedzi. Dlatego też nie mamy tu do czynienia ze standardami semantycznymi wyprowadzonymi z samego tekstu jako takiego (jak to jest w przypadku gramatyki komunikacyjnej).

Podczas odtwarzania scenariuszy gatunków w grę wchodzi dwa rodzaje sekwencji zdarzeń: pierwszy dotyczy okoliczności typowych dla powstawania wypowiedzi reprezentujących dany gatunek, drugi zaś – kolejności poszczególnych elementów konstrukcyjnych.

Sekwencja okoliczności na przykład dla wzmianki prasowej w proponowanym sposobie zapisu może wyglądać następująco:

(t_3) WYDARZYĆ SIĘ [COŚ]; (t_2) DOWIEDZIEĆ SIĘ {DZIENNIKARZ, (o) WYDARZYĆ SIĘ [COŚ]}; (t_1) SZYBKO > OPISAĆ {DZIENNIKARZ, WYDARZYĆ SIĘ [COŚ]}; (t_0) SZYBKO > OPUBLIKOWAĆ {GAZETA, DZIENNIKARZA > TEKST, (o) WYDARZYĆ SIĘ [COŚ]}; (t_1) CZYTAĆ {CZYTELNIK, DZIENNIKARZA > TEKST, (o) WYDARZYĆ SIĘ [COŚ]}; (t_2) DOWIEDZIEĆ SIĘ {CZYTELNIK, (o) WYDARZYĆ SIĘ [COŚ]}

Gatunki tak mocno skonwencjonalizowane i niepodlegające licznym przekształceniom w konkretnych realizacjach, jak wzmianka, notatka czy wiadomość prasowa, rzadko wykorzystywane są w postaci nieizomorficznej. Przykładem takiego odstępstwa od standardowego scenariusza mogą być teksty traktujące o wydarzeniach, które jeszcze nie miały miejsca. Zaburzeniu ulega wówczas typowy porządek czasowy, jaki użytkownicy języka przypisują danemu gatunkowi:

(t_2) DOWIEDZIEĆ SIĘ {DZIENNIKARZ, (o) WKRÓTCE > WYDARZYĆ SIĘ [COŚ]}; (t_1) NAPISAĆ {DZIENNIKARZ, (o) WKRÓTCE > WYDARZYĆ SIĘ [COŚ]}; (t_0) OPUBLIKOWAĆ {GAZETA, DZIENNIKARZA > TEKST, (o) WKRÓTCE > WYDARZYĆ SIĘ [COŚ]}; (t_1) CZYTAĆ {CZYTELNIK, DZIENNIKARZA > TEKST, (o) WKRÓTCE > WYDARZYĆ SIĘ [COŚ]}; (t_2) DOWIEDZIEĆ SIĘ {CZYTELNIK, (o) WKRÓTCE > WYDARZYĆ SIĘ [COŚ]}; (t_3) WYDARZYĆ SIĘ [COŚ]¹⁰

¹⁰ Kwestią dyskusyjną pozostaje, czy opisywane przez dziennikarza wydarzenie można uznać za część scenariusza. Z pewnością jest to przydatne dla podkreślenia różnicy między postacią izomorficzną a nieizomorficzną scenariusza (widać wówczas

Jednocześnie to, co dla wzmianki jest nieizomorficzną postacią scenariusza, w przypadku zapowiedzi wydarzenia stanowi wariant izomorficzny. Można wówczas mówić o kontaminacji dwóch scenariuszy, a więc o wzmiance przybierającej postać zapowiedzi (lub odwrotnie – zapowiedzi w formie wzmianki).

Inną możliwością odejścia od scenariusza jest zmiana twórcy tekstu – np. zamiast dziennikarza może nim być rzecznik prasowy przedsiębiorstwa lub inny pracownik działu public relations, kiedy komunikat wychodzi z firmy i jest przesyłany do mediów. Zmianie może ulec także miejsce publikacji (m.in. strona internetowa zamiast gazety, gazetka zakładowa lub szkolna¹¹) oraz jej czas (jak widać wyżej, standardowy scenariusz przewiduje szybką reakcję na wydarzenie, zatem wszelkie opóźnienia w przygotowaniu i opublikowaniu wzmianki powodują modyfikację scenariusza).

Umieszczenie komunikatu w sekwencji zdarzeń, które prowadzą do jego powstania, nadaje mu kontekst i wskazuje na wyobrażenia użytkowników języka dotyczące genezy danego typu wypowiedzi. Zapewnia także osadzenie w realiach pragmatycznych i postrzeganie tekstu jako elementu świata realnego. Może wskazywać sposób interakcji, w jaką czytelnik powinien (lub nie powinien) wejść z wypowiedzią. Dla omawianej powyżej wzmianki prasowej na przykład zmiana konwencjonalnego nadawcy z dziennikarza na PR-owca obniża wiarygodność komunikatu i każe odbiorcy zastanowić się nad intencją autora (standardowo wzmianka traktowana jest jako informacja, ale napisana przez specjalistę od promocji staje się próbą zyskania rozgłosu przez dane przedsiębiorstwo). Warunkiem jest jednak znajomość okoliczności powstania komunikatu (materiały nieredakcyjne nie zawsze są opatrzone stosownym zastrzeżeniem, informującym czytelnika o ich pochodzeniu).

Sekwencja elementów strukturalnych również ulega standaryzacji w przypadku scenariuszy gatunkowych. W zależności od typu tekstu może być ona prosta lub bardziej skomplikowana. W krótkich komunikatach, takich jak wzmianka prasowa, skrypt składa się z jednej lub dwóch części (np. tytuł i tekst główny, a czasem nawet jedynie sam tekst). Trudno wówczas o odstępstwa od scenariusza, a jeśli takie się zdarzą, mogą oznaczać całkowitą zmianę gatunku wypowiedzi.

Poszczególne części struktury tekstu mogą mieć charakter klas substytucyjnych, jak argumenty w standardach semantycznych. O ile np. w podręczniku szkolnym typowym elementem scenariusza jest wprowadzenie, może być ono w różnoraki sposób sformułowane. Klasę substytutów tworzą wówczas wprowadzenia z tłem historycznym, wprowadzenia wyjaśniające cele podręcznika, wstę-

wyraźnie, że w pierwszym przypadku wydarzenie poprzedza tekst, w drugim natomiast następuje już po jego opublikowaniu).

¹¹ Odstępstwo od standardowego scenariusza jest wówczas mniejsze niż w przypadku strony internetowej.

py przybliżające okoliczności powstania publikacji lub dotychczasowy stan badań itp. Wybór jednego z wariantów oczywiście nie jest pozbawiony ograniczeń – istnieją możliwości bardziej lub mniej akceptowalne, a więc i typowe oraz nietypowe. Dla wspomnianego podręcznika niestandardowy będzie choćby wstęp złożony z serii anegdot lub dowcipów na temat danego przedmiotu szkolnego. Odbiorca, na podstawie swoich doświadczeń i wyobrażeń o podręcznikach, nie spodziewa się żartobliwego tonu, a raczej powagi. Zatem można uznać, że w przypadku sekwencji elementów konstrukcyjnych nieizomorficzność scenariusza może przejawiać się nie tylko jako zmiana kolejności poszczególnych części (lub pominięcie którejs z nich), ale także jako zastosowanie niespodziewanego i nietypowego wariantu realizacji dowolnego fragmentu.

Sygnalizowane w rozdziale teoretycznym rozróżnienie nieizomorficzności na wewnętrzną i zewnętrzną znajduje zastosowanie także w scenariuszach gatunkowych. Gdy sekwencja okoliczności ulega zmianie polegającej na przedstawieniu kolejności lub pominięciu któregoś elementu, mamy wówczas do czynienia z **nieizomorficznością wewnętrzną**. Wszelkie zaś modyfikacje aktualizujące okoliczności powstania tekstu (np. wspomniana zmiana nadawcy bądź miejsca publikacji), można zaliczyć do **nieizomorficzności zewnętrznej**. Na płaszczyźnie konstrukcyjnej zaś nieizomorficzne wewnętrznie są te scenariusze, w których przeobrażeniom ulega standardowa konstrukcja komunikatu, a zewnętrznie – te, w których jeden z elementów zostaje zaktualizowany w nietypowy sposób (np. dowcipny wstęp w podręczniku szkolnym).

Swego rodzaju **trzecim typem nieizomorficzności jest kontaminacja**, polegająca na stapianiu się ze sobą elementów różnych scenariuszy gatunkowych (jak w przypadku wspomnianej zapowiedzi w formie wzmianki). Zjawisko to można uznać za szeroko rozpowszechnione, zarówno w przypadku gatunków literackich, jak i użytkowych. Mieszanie elementów różnych stylów, nawiązania intertekstualne, podszywanie się wypowiedzi realizujących dany gatunek pod inne gatunki, inspiracje, konwergencja (zwłaszcza w mediach) – wszystko to sprzyja płynnemu przechodzeniu jednych scenariuszy w inne w konkretnych realizacjach. Daleko posunięta heterogeniczność komunikatu może nawet zaburzać jego interpretację genologiczną i mieć skutki czysto pragmatyczne (np. reklama udająca serwis informacyjny może wprowadzić widza w błąd co do swojego podstawowego celu).

Podobnie jak w przypadku układów predykatowo-argumentowych właściwa interpretacja tekstu wymaga sprowadzenia zastosowanych standardów do postaci izomorficznej, tak scenariusze odbiegające pod jakimś względem od konwencji muszą zostać porównane ze swymi wariantami izomorficznymi. Dzięki temu np. czytelnik podręcznika szkolnego może docenić nietypowość wstępu oraz, co się z tym wiąże, kreatywność autora. Zbyt daleko posunięte modyfikacje mogą jednak utrudnić odbiór komunikatu lub rozczarować odbiorcę, przez co nie osiągną oczekiwanego efektu perlokucyjnego. Dlatego też nadawcy medialni,

konstruuując wypowiedzi, biorą pod uwagę oczekiwania odbiorców. Korzystając ze swobody twórczej, mogą proponować nowe rozwiązania, jednak wciąż muszą mieć na względzie potrzeby widzów, słuchaczy, czytelników. Zmiany w obrębie scenariuszy gatunkowych umotywowane są z jednej strony chęcią odróżnienia się od konkurencji, z drugiej zaś – potrzebą ujmowania świata z różnych, czasem nowatorskich, punktów widzenia.

3.2.2. Okoliczności powstania telewizyjnego serwisu informacyjnego

Serwisy informacyjne są stałymi punktami w ramówkach stacji telewizyjnych, emitowanymi cyklicznie o stałych porach. Ta stałość dotyczy także tzw. kanałów informacyjnych, nastawionych na przekazywanie widzom wiedzy o wydarzeniach. Serwisy pojawiają się w nich po prostu częściej na przestrzeni całej doby.

W celu określenia kształtu scenariusza okoliczności powstania serwisu informacyjnego niezbędne jest wskazanie punktu zerowego na linii temporalnej – momentu początkowego każdego egzemplarza realizującego scenariusz. Ponieważ serwisy emitowane są na żywo, za punkt wyjścia (oznaczony symbolem t_0 w skrypcie) można uznać początek emisji. Będzie on odzwierciedlony przez układ predykatowo-argumentowy EMITOWAĆ [TELEWIZJA, PROGRAM], konkretyzujący się w przypadku poszczególnych serwisów dzięki substytucji obu argumentów (np. EMITOWAĆ [TVP1, WIADOMOŚCI]). Jest to ta chwila w całym scenariuszu, w której może nastąpić odbiór (nie musi, ponieważ widz ma możliwość włączenia się w dowolnym momencie emisji), a więc dopiero wówczas program zyskuje dla odbiorcy konkretny kształt. Ponadto w komunikatywizmie dla przyporządkowania czasowo-przestrzennego każdego fragmentu skryptu istotna jest lokalizacja obserwatora (Habrajska 2004: 157). W przypadku serwisu informacyjnego w telewizji jest nim widz, standardowo znajdujący się na osi czasu właśnie w miejscu początku emisji.

Moment zerowy nie będzie jednak rzeczywistym pierwszym etapem sekwencji. Okoliczności powstania serwisu informacyjnego muszą bowiem zawierać składowe poprzedzające samą emisję, z których oczywiście odbiorcy zdają sobie sprawę. Z pewnością należy do nich przygotowanie newsów, wchodzących w skład serwisu. Oczywiście każdy z nich, jako odrębna wypowiedź medialna, ma także własne okoliczności powstania, składające się na jego własny scenariusz genologiczny¹² (np. samo wydarzenie, które jest przyczyną powstania newsa, zebranie informacji przez reportera na miejscu zdarzenia,

¹² W związku z tym telewizyjny serwis informacyjny można także rozpatrywać z innej perspektywy – jako gatunek w formie kolekcji, odwołując się do koncepcji zaproponowanej przez M. Wojtak (por. Wojtak 2006: 145; a także: Szukdlarek-Śmiechowicz 2015 i Grochala 2015).

zmontowanie nagrania itp.). Z punktu widzenia scenariusza serwisu są to jednak elementy nieistotne. W jego skład wchodzi jedynie ogólny układ predykatowo-argumentowy PRZYGOTOWAĆ [REPORTERZY, NEWSY], który w ciągu tworzącym skrypt okoliczności powstania serwisu zajmie miejsce bezpośrednio przed emisją:

(t_1) PRZYGOTOWAĆ [REPORTERZY, NEWSY]; (t_0) EMITOWAĆ [TELEWIZJA, PROGRAM]

Taki zapis nie komplikuje niepotrzebnie scenariusza serwisu informacyjnego, a jednocześnie nie wyklucza możliwości uruchomienia w świadomości odbiorcy całego scenariusza genologicznego newsa telewizyjnego. W istocie może on być przywoływany automatycznie niejako w tle, jako fragment logicznego ciągu zdarzeń prowadzącego do powstania serwisu informacyjnego.

Za część okoliczności powstania serwisu informacyjnego można uznać także moment odbioru, który, jak już wcześniej wskazywałem, na osi czasu znajduje się standardowo w tym samym miejscu, co początek emisji:

(t_1) PRZYGOTOWAĆ [REPORTERZY, NEWSY]; (t_0) EMITOWAĆ [TELEWIZJA, PROGRAM] & OGLĄDAĆ [WIDZ, PROGRAM]

Kolejnym elementem współtworzącym sekwencję scen związaną z okolicznościami powstania telewizyjnego serwisu informacyjnego jest standardowa czynność wykonywana przez dziennikarza prowadzącego program. Jest nią oczywiście przekazywanie poszczególnych newsów odbiorcom: PRZEKAZYWAĆ [PREZENTER, NEWSY, WIDZOM]. Dla podkreślenia faktu, że wszystko odbywa się „tu i teraz”, a więc na żywo, układ ten można umieścić w scenariuszu w tym samym miejscu, co emisję i odbiór:

(t_1) PRZYGOTOWAĆ [REPORTERZY, NEWSY]; (t_0) EMITOWAĆ [TELEWIZJA, PROGRAM] & PRZEKAZYWAĆ [PREZENTER, NEWSY, WIDZOM] & OGLĄDAĆ [WIDZ, PROGRAM]

Taki sposób zapisu podkreśla zarówno wspomnianą symultaniczność wybranych elementów scenariusza, jak i ich rozciągłość w czasie (stąd też formy niedokonane czasowników będących predykatami). Są to cechy z pewnością odróżniające gatunki telewizyjne (a także radiowe i niektóre internetowe) od prasowych, dla których duratywność nie ma znaczenia.

Ostatnim fragmentem scenariusza okoliczności powstania serwisu informacyjnego jest, rzecz jasna, zakończenie emisji przez stację telewizyjną, reprezentowane przez układ predykatowo-argumentowy ZAKOŃCZYĆ [TELEWIZJA, EMISJĘ, PROGRAMU], który należy sprowadzić do postaci izomorficznej: ZAKOŃCZYĆ {TELEWIZJA, EMITOWAĆ [TELEWIZJA, PROGRAM]}.

Po umieszczeniu wspomnianego układu we właściwym miejscu w sekwencji scen scenariusz okoliczności powstania telewizyjnego serwisu informacyjnego prezentuje się następująco:

(t_1) PRZYGOTOWAĆ [REPORTERZY, NEWSY]; (t_0) EMITOWAĆ [TELEWIZJA, PROGRAM] & PRZEKAZYWAĆ [PREZENTER, NEWSY, WIDZOM] & OGLĄDAĆ [WIDZ, PROGRAM]; (t_1) ZAKOŃCZYĆ {TELEWIZJA, EMITOWAĆ [TELEWIZJA, PROGRAM]}

Jest to standardowy scenariusz, mający możliwie najogólniejszą i najprostszą postać. W razie potrzeby można go uzupełniać o elementy bardziej szczegółowe i trywialne, jak choćby pojawienie się prezentera w studiu telewizyjnym (WEJŚĆ [PREZENTER, (do) STUDIA TELEWIZYJNEGO]) przed początkiem emisji lub opuszczenie go przez niego (OPUŚCIĆ [PREZENTER, STUDIO TELEWIZYJNE]) po zakończeniu programu. Ponieważ są to wydarzenia wynikające z logiki ciągu przyczynowo-skutkowego, ich obecność w sekwencji scen może – ale nie musi – być eksplicytnie wyrażana.

3.2.2.1. Nieizomorficzność okoliczności powstania

Telewizyjne serwisy informacyjne cechuje stosunkowo duża spójność ze standardowym scenariuszem pod względem okoliczności powstania. Poszczególne elementy wymienione w poprzednim podrozdziale występują w nich z reguły bez większych zmian.

Najważniejszą formą nieizomorficzności wewnętrznej, pojawiającą się w badanym materiale, jest obecność dodatkowego elementu, niewystępującego w skrypcie standardowym. Mowa tu o rozmowie z gościem zaproszonym do studia. W większości serwisów informacyjnych jedyną osobą obecną w studiu i widoczną dla odbiorców jest prezenter, który przedstawia po kolei wiadomości. Przekaz odbywa się więc głównie w postaci monologu dziennikarza, przerywanego materiałami reporterskimi, a jedynie niekiedy przyjmuje formę dialogiczną, gdy prezenter nawiązuje połączenie z reporterem znajdującym się na miejscu zdarzenia. Powstaje w ten sposób swoisty rytm programu. Twórcy nielicznych serwisów decydują się na jego zaburzenie, prawdopodobnie dla urozmaicenia i odróżnienia od konkurencji. Zaburzeniem tym jest krótka rozmowa z osobą zaproszoną do studia w charakterze eksperta bądź komentatora.

Jedynymi programami, w których pojawiają się goście, są *Wiadomości* w TVP1 (wydania wieczorne) oraz *W rytmie dnia* w stacji Polsat News. W pozostałych serwisach jest to praktyka niespotykana. Być może wynika to z faktu, że jako gatunek informacyjny serwis nastawiony jest na przekazywanie wiadomości o wydarzeniach, nie zaś na ich komentowanie. Pojawienie się osoby z zewnątrz, zwłaszcza zaś polityka (co stało się zasadą w *Wiadomościach*) może wpływać na odbiór infor-

macji, które są przez tę osobę komentowane. O ile eksperci proszeni są najczęściej o wyjaśnienie zawitych kwestii, o tyle politycy interpretują zaprezentowane w programie tematy, co oczywiście nie odpowiada formatowi serwisu informacyjnego.

Bez względu na przyczynę i skutki zapraszania do studia gości skrypt takiego serwisu zyskuje postać nieizmorficzną, wyglądającą następująco:

(t_{-1}) PRZYGOTOWAĆ [REPORTERZY, NEWSY]; (t_0) EMITOWAĆ [TELEWIZJA, PROGRAM] & PRZEKAZYWAĆ [PREZENTER, NEWSY, WIDZOM] & OGLĄDAĆ [WIDZ, PROGRAM]; (t_1) ROZMAWIAĆ [PREZENTER, (z) GOŚCIEM]; (t_2) ZAKOŃCZYĆ {TELEWIZJA, EMITOWAĆ [TELEWIZJA, PROGRAM]}

Powyższy zapis odpowiada scenariuszowi *Wiadomości* (wybrane ze względu na stały charakter rozmów z gośćmi – mają one nawet własny tytuł, *Gość Wiadomości*), w którym fragment konwersacyjny występuje zawsze w końcowej fazie programu, już po zaprezentowaniu wszystkich newsów, stąd też umiejscowienie odpowiadającego mu układu predykatowo-argumentowego na osi czasu po PRZEKAZYWAĆ [PREZENTER, NEWSY].

W przypadku bardziej drobiazgowego podejścia można do scenariusza dopisać także wynikające z logicznego następstwa zdarzeń układy ZAPROSIĆ [PREZENTER, GOŚCIA, (do) STUDIA TELEWIZYJNEGO], WEJŚĆ [GOŚĆ, (do) STUDIA TELEWIZYJNEGO] oraz [OPUŚCIĆ, GOŚĆ, STUDIO TELEWIZYJNE]. Pierwszy z nich należałoby ułożyć na pozycji drugiej w scenariuszu (przed emisją), drugi po przekazaniu newsów, natomiast trzeci – na pozycji ostatniej (już po zakończeniu emisji).

Drugą formą nieizomorficzności wewnętrznej jest uzupełnianie programu krótkimi rozmowami o charakterze autopromocyjnym. Prezenter w takich przypadkach najczęściej przed zakończeniem serwisu łączy się ze studiem innego programu tej samej stacji (lub stacji należącej do tego samego koncernu) i prosi go o zaprezentowanie widzom tematów, jakie będzie poruszał w zbliżającym się wydaniu. W nieco innym wariantcie prowadzący innego programu po prostu pojawia się w studiu serwisu informacyjnego, rozmowa natomiast dotyczy także jego własnej pozycji w ramówce. Poniżej przykłady takich fragmentów:

PREZENTERKA: A za chwilę więcej ważnych informacji ze świata, bo już wkrótce magazyn *Dzień na świecie*. Jest już ze mną Grzegorz Dobiecki. Grzegorzu, u Ciebie dzisiaj wybory różnych szczebli w Rosji.

G. DOBIECKI: Tak jest, dobry wieczór. W całym kraju ogromnym, jak wiemy, ludzie głosują, ale wszyscy patrzą tylko w jedno miejsce tego kraju – na stolicę, na Moskwę [...].

PREZENTERKA: Dziękuję bardzo. To już za chwilę. *Dzień na świecie* i Grzegorz Dobiecki, a wieczorne *Wydarzenia* jutro o 21:50. Zapraszam i do zobaczenia [*Wydarzenia*, Polsat News, 9.09.2019, 2:15 (powtórka z dnia poprzedniego)].

PREZENTERKA: Ważne informacje, proszę państwa, dla wszystkich, bo kto nie korzysta z karty płatniczej, prawda? Jan Niedziałek z nami, witamy.

J. NIEDZIAŁEK: Tak jest, dzień dobry. Dzisiaj w TVN24 Bis dużo o tym, kto nie korzysta z karty płatniczej, kto nie korzysta z bankowości internetowej. To jest już powszechne i będą nowe zmiany, nadchodzi minirewolucja, od jutra już obowiązkowo. Część banków już wprowadziła nowe zasady logowania się do bankowości internetowej, nowy stopień uwierzytelnienia, tak żeby było bezpieczniej [...].

PREZENTERKA: Z kim ścigają się banki właśnie?

J. NIEDZIAŁEK: To się nazywa Payment Services Directive 2, przepisy unijne itd., ale to jest film sensacyjny o wyścigu banków z hakerami i złodziejami, którzy próbują wyciągnąć pieniądze z naszego konta [...]. Będą także ważne zmiany w niektórych usługach płatniczych [...]. Więcej u nas.

PREZENTERKA: Jan Niedziałek, TVN24 Bis, bardzo dziękuję. To były *Fakty w południe*, już za chwilę kolejne informacje w *Dniu na żywo* w TVN24 [*Fakty w południe*, TVN24, 13.09.2019, 12:00].

Co prawda *Gość Wiadomości* także ma charakter reklamowy, ponieważ ma zachęcać do obejrzenia po *Wiadomościach* pełnej rozmowy w TVP Info, jednak widać tu wyraźną różnicę. Zapraszani przez TVP1 goście to zawsze politycy partii rządzącej, którzy proszeni są o wypowiedzi komentujące najważniejszy news danego wydania. Tymczasem dziennikarze pojawiający się gościnie w *Wydarzeniach*, *Faktach w południe* czy też *Faktach* nie rozmawiają z reguły o tym, co podano w serwisie informacyjnym, ponieważ tematyka programów, które reklamują, najczęściej odbiega od tematyki serwisu (jedynie czasem zdarza się pogłębienie którejś z przekazanych widzom informacji, prowadzący jednak nie komentuje i nie interpretuje, a jedynie zachęca do obejrzenia, sugerując, że z jego programu można się dowiedzieć więcej na dany temat). Stąd też rozróżnienie między tymi dwiema formami nieizomorficzności.

W badanym materiale wystąpiło także kilka przypadków nieizomorficzności zewnętrznej. Jak zaznaczano wcześniej, polega ona na niestandardowej substytucji argumentów w układach tworzących scenariusz. W przypadku serwisów informacyjnych niespójność ze standardowym skryptem polegała przede wszystkim na pojawianiu się newsów przygotowywanych nie przez reporterów stacji telewizyjnej, a przez amatorów. Tak jest np. w *Superstacji*, która zachęca osoby niebędące dziennikarzami do nagrywania telefonem własnych relacji z wydarzeń, których są świadkami, po czym odkupuje od nich nagrania. Występujący w początkowej fazie scenariusza układ predykatowo-argumentowy PRZYGOTOWAĆ [REPORTERZY, NEWSY] zyskuje w ten sposób niestandardową detrywializację: PRZYGOTOWAĆ [AMATORZY, NEWSY]. Oczywiście dla każdego newsa możliwa jest dalsza specyfikacja, w której w roli argumentu reprezentującego wykonawcę czynności wystąpi np. STUDENT, SPRZEDAWCA, LISTONOSZ, DOZORCA itp. – w zależności od tego, kto dokładnie jest autorem nagrania.

Wystąpienie takich niespójności ze standardowym scenariuszem nie zaburza odbioru programu i nie wpływa na jego atrybucję gatunkową. Odbiorca wciąż wie, że ma do czynienia z serwisem informacyjnym, mimo że nie każdy news został przygotowany przez profesjonalnego dziennikarza.

Podobnie jest w przypadku rozmów z gośćmi. Jak już wspomniano, standardowo są to politycy, naukowcy i dziennikarze. Kiedy jednak do studia zaprasza się kogoś spoza tych kategorii, np. pogodynkę (zdarza się to w *Faktach w południe*) lub ratownika medycznego, podróżnika, przedstawiciela policji bądź straży pożarnej (tego typu osoby zapraszane są w przypadku wydań specjalnych, jak np. w programie *W rytmie dnia* z 22.08.2019, kiedy doszło do tragedii na Giewoncie), można mówić o nieizomorficzności zewnętrznej.

W każdym z tych przypadków niestandardowy argument stanowi ekwiwalent argumentu standardowego, ma taką samą wartość w odniesieniu do układu predykatowo-argumentowego, w którym występuje, oraz w odniesieniu do całości scenariusza. Przypadkowa osoba nagrywająca relację ze zdarzenia pełni więc funkcję reportera – choć nie jest nim dosłownie, staje się nim pod względem funkcjonalnym. Podróżnik-himalaista wyjaśniający niebezpieczeństwa związane z wycieczkami w wysokich górach wciela się zaś w rolę eksperta, który wyjaśnia zawiłe zagadnienia lub tłumaczy możliwe przyczyny różnych zjawisk. Nie ma więc w tym momencie znaczenia, kim naprawdę, na co dzień, są osoby pojawiające się w scenariuszu, dopóki spełniają one z góry określone funkcje.

3.2.3. Kolejność elementów strukturalnych

W komunikatywistycznym podejściu do badania gatunków istotna jest struktura wypowiedzi realizujących określony scenariusz genologiczny. Powołując się ponownie na koncepcję B. Wojciszkego, można przyjąć, że każdy standardowy scenariusz genologiczny ma typowe dla siebie składniki, które występują zwykle w z góry określonym porządku. Dzięki temu nadawca wie, w jaki sposób konstruować tekst, odbiorca natomiast może poczynić pewne założenia co do budowy komunikatu. Konfrontacja oczekiwań ze stanem faktycznym może decydować np. o gatunkowej interpretacji tekstu przez odbiorcę bądź nawet wpływać na jego ocenę (np. niespełnienie oczekiwań jako źródło rozczarowania, poczucia dysnansu itp.).

Dla programu telewizyjnego ma to szczególne znaczenie. Jego racją bytu jest bowiem zainteresowanie widzów. Jeżeli są niezadowoleni, spada oglądalność, co z kolei potencjalnie prowadzi do zdjęcia programu z anteny stacji telewizyjnej.

Jaka więc jest standardowa konstrukcja serwisu informacyjnego? Podobnie jak każda wypowiedź, musi mieć swoją fazę początkową, środkową i końcową. Każda z nich zawiera stałe elementy, charakterystyczne dla gatunku. Ich sekwencja, zapisana w postaci ciągu układów predykatowo-argumentowych, tworzy drugą część scenariusza genologicznego.

Faza początkowa, będąca otwarciem programu, standardowo zawiera czołówkę i powitanie, po którym następuje prezentacja zawartości treściowej wydania (zajawki). Etap ten można przedstawić w za pomocą następującego szeregu obrazów ideacyjnych:

ZACZYNAĆ [CZOŁÓWKA, PROGRAM]; WITAĆ [PREZENTER, WIDZÓW];
PRZEDSTAWIAĆ [ZAJAWKI, TEMATY]

W przypadku sekwencji elementów konstrukcyjnych, w przeciwieństwie do okoliczności powstania, nie można wprowadzić ujemnych znaczników czasowych. Nie ma tu bowiem fragmentów, które znajdowałyby się przed początkiem programu (inaczej mówiąc – zawsze to, co znajdzie się na początku sekwencji, zaczyna program). Dlatego też skrypt fazy początkowej po dodaniu oznaczeń temporalnych prezentuje się następująco:

(t_0) ZACZYNAĆ [CZOŁÓWKA, PROGRAM]; (t_1) WITAĆ [PREZENTER, WIDZÓW]; (t_2) PRZEDSTAWIAĆ [ZAJAWKI, TEMATY], np.

Piątek, 16 sierpnia, Joanna Wrześniewska-Sieger, zapraszam na wieczorne *Wydarzenia* [Wydarzenia, Polsat News 2, 17.08.2019, 2;30 (powtórka z dnia poprzedniego)] (po tym powitaniu emitowane są zajawki)

Jest 12:00, to czas na *Fakty w południe* w TVN24. Dagmara Kaczmarek-Szałkow, witam i zapraszam. Zobaczymy najważniejsze tematy dnia [Fakty w południe, TVN24, 9.09.2019, 12:00].

W kolejnym, środkowym, etapie programu prezenter po kolei podaje newsy, przy czym z reguły każdy z nich ma własną konstrukcję – najpierw dziennikarz w studiu przekazuje główną informację (jego słowa spełniają taką samą funkcję jak lid w wiadomościach i notatkach prasowych), następnie emitowany jest materiał wideo, przygotowany wcześniej przez wysłanego na miejsce zdarzenia reportera. Fazę środkową w scenariuszu reprezentuje układ PRZEKAZYWAĆ [PREZENTER, WIADOMOŚCI].

Komponent finalny scenariusza to przede wszystkim pożegnanie prezentera z widzami i następująca po nim tzw. tyłówka, czyli wykaz osób współtworzących program z towarzyszącym mu motywem muzycznym. Składają się więc na zakończenie programu dwa układy predykatowo-argumentowe: ŻEGNAĆ [PREZENTER, WIDZÓW] oraz KOŃCZYĆ [TYŁÓWKA, PROGRAM].

Po zestawieniu wszystkich wspomnianych obrazów ideacyjnych konstrukcja telewizyjnego serwisu informacyjnego przybiera kształt standardowego scenariusza:

(t_0) ZACZYNAĆ [CZOŁÓWKA, PROGRAM]; (t_1) WITAĆ [PREZENTER, WIDZÓW]; (t_2) PRZEDSTAWIAĆ [ZAJAWKI, TEMATY]; (t_3) PRZEKAZYWAĆ

[PREZENTER, WIADOMOŚCI]; (t_4) ŻEGNAĆ [PREZENTER, WIDZÓW]; (t_5) KOŃCZYĆ [TYŁÓWKA, PROGRAM]

3.2.3.1. Nieizomorficzność i wariantywność elementów strukturalnych

Zaprezentowana powyżej sekwencja komponentów konstruujących telewizyjny serwis informacyjny niekiedy ulega zaburzeniom, powodującym nieizomorficzność wobec standardowego scenariusza. Najczęściej zaburzenia takie polegają na zmianie kolejności niektórych elementów, pominięciu któregoś z nich lub dodaniu nowego.

W fazie początkowej głównym źródłem nieizomorficzności jest poprzedzanie powitania i zajawek podaniem najważniejszej wiadomości danego wydania, np.

Jutro sejm wybierze nowego marszałka. Wkrótce przepisy dokładnie regulujące loty najważniejszych osób w państwie. Dobry wieczór, Edyta Lewandowska, witam państwa i zapraszam na *Wiadomości*. A oto, co dziś w programie [*Wiadomości*, TVP1, 8.08.2019, 19:30].

Prokuratura wszczyna śledztwo w sprawie afery hejterskiej w Ministerstwie Sprawiedliwości, a to, co działo się w resorcie, było głównym powodem złożenia wniosku o wotum nieufności wobec ministra sprawiedliwości. Dziś tym wnioskiem ma zająć się Sejm. To są *Fakty w południe*, Joanna Kryńska, witam państwa i zapraszam. Zobaczmy, co jeszcze przed nami w programie [*Fakty w południe*, TVN24, 11.09.2019, 12:00].

Sekwencja fazy początkowej wygląda w takich przypadkach następująco:

(t_0) ZACZYNAĆ [CZOŁÓWKA, PROGRAM]; (t_1) PRZEKAZAĆ [PREZENTER, GŁÓWNY > NEWS]; (t_2) WITAĆ [PREZENTER, WIDZÓW]; (t_3) PRZEDSTAWIAĆ [ZAJAWKI, TEMATY]

Niekiedy zdarza się, że czołówka nie jest pierwszym elementem programu. Czasem poprzedzana jest zajawkami. Tak rozpoczęło się np. wydanie *Wydarzeń* w Polsacie News 8.08.2019 o 18:45. Po przedstawieniu w zajawkach najważniejszych informacji pojawia się czołówka, po niej natomiast, już bez powitania, przekazywana jest główna informacja wydania. Scenariusz standardowy należy wówczas zmodyfikować:

(t_0) ZACZYNAĆ [ZAJAWKI, PROGRAM]; (t_1) WYŚWIETLAĆ [TELEWIZJA, CZOŁÓWKĘ]; (t_2) PRZEKAZYWAĆ [PREZENTER, GŁÓWNA > INFORMACJĘ]

Jeszcze ciekawszym zabiegiem jest wykorzystanie dziennikarza prowadzącego inny program do wprowadzenia widzów w serwis informacyjny. Przykładem mogą być *Informacje dnia* w Superstacji z 9.08.2019. Serwis rozpoczyna rozmowa prezentera z prowadzącą *Raport Superstacji*, w której z jednej strony reklamuje się zawartość *Raportu*, z drugiej natomiast prezentowane są najważniejsze wiadomości, które pojawiają się w *Informacjach dnia* (w ten sposób dialog spełnia funkcję zająwki). Po omówieniu tematyki swojego programu prowadząca *Raportu* zaczyna wątek zawartości serwisu:

W. KOROL: Witam państwa, to jest *Raport Superstacji*, Weronika Korol. A dziś porozmawiamy o molestowaniu i pedofilii [...]. Ale zanim *Raport*, to *Informacje dnia*. Bartku, co dziś w *Informacjach*?

PREZENTER: Dzień dobry państwu, cześć Weroniko. Tak, u nas między innymi również ten temat, który w *Raporcie*. Wyemitujemy rozmowę Sylwii Madejskiej z tym dziennikarzem, który o tym mówi, ale ważna informacja dla wszystkich, którzy chcą wracać z wakacji tanimi liniami lotniczymi – to jest dzisiaj rzecz normalna. Jeżeli jedziemy na wakacje, bardziej opłaca się polecieć samolotem za 200–300 złotych [...]. Sęk w tym, że piloci tanich linii lotniczych mają zamiar strajkować [...] i może być dosyć duży problem z powrotem z wakacji [...].

W. KOROL: A ja zapraszam państwa teraz na *Informacje dnia*. My widzimy się zaraz po nich. Do zobaczenia w *Raporcie*.

(Po zakończeniu rozmowy prezenter przechodzi od razu do pierwszego newsa) [*Informacje dnia*, Superstacja, 9.08.2010, 11:15]

Podobnie od rozmów z prowadzącym inny program (*Poranek TVN24*) zaczynają się poranne *Serwisy informacyjne* w TVN24, np.

PREZENTER PORANKA TVN 24: No i myślałem, że ponucimy razem z redaktor Justyną Sieklucką te piękne piosenki Whitney Houston. To może innym razem będzie okazja. (Następnie do studia wchodzi prezenterka Serwisu informacyjnego)

PREZENTERKA SERWISU INFORMACYJNEGO: Nie udało się, chciałam na wejście. PREZENTER PORANKA TVN 24: Ale co chciałaś na wejście?

PREZENTERKA SERWISU INFORMACYJNEGO: Po *I will always love you*.

PREZENTER PORANKA TVN 24: A nuciłaś sobie pod nosem?

PREZENTERKA SERWISU INFORMACYJNEGO: Tak.

PREZENTER PORANKA TVN 24: A chcesz z nami zanucić państwu, żeby milej się wstawalo?

PREZENTERKA SERWISU INFORMACYJNEGO: Może jeszcze o tej porze głos nie jest aż tak rozgrzany i gotowy.

PREZENTER PORANKA TVN 24: Ok, nic nie poprawia głosu rano tak bardzo jak *Serwis Informacyjny* punktualnie o 6:00. Zaprasza Justyna Sieklucka.

PREZENTERKA SERWISU INFORMACYJNEGO: Zapraszam.

(Następnie J. Sieklucka prezentuje zająwki najważniejszych wiadomości) [*Serwis informacyjny*, TVN24, 9.08.2019, 6:00]

W obu przypadkach scenariusz fazy początkowej programu zostaje zmodyfikowany:

(t_0) ROZMAWIAĆ [PREZENTER, (z) INNYM > DZIENNIKARZEM]; (t_1) OMAWIAĆ [PREZENTER, TEMATYKĘ, INFORMACYJNEGO > SERWISU]; (t_2) ZAPRASZAĆ [INNY > DZIENNIKARZ, (na) INFORMACYJNY > SERWIS]; (t_3) WYŚWIELAĆ [TELEWIZJA, CZOŁÓWKĘ]; (t_4) PRZEKAZYWAĆ [PREZENTER, GŁÓWNĄ > INFORMACJĘ]

lub:

(t_0) ROZMAWIAĆ [PREZENTER, (z) INNYM > DZIENNIKARZEM]; (t_1) ZAPRASZAĆ [INNY > DZIENNIKARZ, (na) INFORMACYJNY > SERWIS]; (t_2) PREZENTOWAĆ [PREZENTER, ZAJAWKI]; (t_3) PRZEKAZYWAĆ [PREZENTER, GŁÓWNĄ > INFORMACJĘ]

Z zaburzeniem standardowej konstrukcji serwisu informacyjnego mamy do czynienia również w sytuacjach, gdy program rozpoczyna emisja materiału przygotowanego przez reportera lub relacja na żywo z ważnego wydarzenia. Tak jest np. w przypadku wydania *W rytmie dnia* z 8.08.2019 w Polsacie News. Zamiast zwyczajowej czołówki widz otrzymuje relację na żywo z sejm, gdzie dziennikarze różnych mediów przeprowadzają rozmowę z politykiem partii rządzącej, a następnie, już w studiu, prezenterka nie wita odbiorców ani w żaden inny sposób nie sygnalizuje rozpoczęcia serwisu, tylko od razu przekazuje główną wiadomość wydania:

A jednak. Zaczynamy od politycznej burzy i oświadczenia prezesa partii, Jarosława Kaczyńskiego, i marszałka sejm, Marka Kuchcińskiego, który oświadczył, że w dniu dzisiejszym zamierza złożyć rezygnację z funkcji marszałka sejm. Łączymy się z naszym reporterem, Bartłomiejem Maślankiewiczem [*W rytmie dnia*, Polsat News, 8.08.2019, 13:00].

Początkowa sekwencja indywidualnego scenariusza takiego serwisu jest krótsza od standardowego skryptu i prezentuje się następująco:

(t_0) ZACZYNAĆ [RELACJA, (z) SEJMU, PROGRAM]; (t_1) PRZEKAZYWAĆ [PREZENTER, GŁÓWNĄ > INFORMACJĘ]

W mniej zaburzonych wariantach rozpoczęcia programy zwykle pomijają jeden (lub więcej) ze standardowych elementów:

– zajawki, np. powitanie i news główny od razu po czołówce

To są *Informacje dnia*, Karolina Kozińska, witam państwa i zapraszam. Tak kończy się używanie rządowego samolotu jak prywatnej taksówki. Był drugą osobą w państwie, ale tak naraził się obywatelom, że musiał pożegnać się z fotelem marszałka sejm [*Informacje dnia*, Superstacja, 8.08.2019, 14:10]

- powitanie, np. czołówka, zajawki i główny news

Wiadomości. Zaczynamy od kolejnych dobrych wiadomości dotyczących polskiej gospodarki i tego, jak przekłada się to na portfele Polaków [*Wiadomości*, TVP1, 21.08.2019, 19:30].

- powitanie i zajawki, np. czołówka, news główny:

To była jedna z najtrudniejszych akcji ratowniczych w Tatrach. Pomocy potrzebowało ponad 150 osób [*W rytmie dnia*, Polsat News, 23.08.2019, 15:00].

(po tych słowach od razu następuje przejście do relacji reporterki z miejsca zdarzenia)

Wśród nieco bardziej zmodyfikowanych wariantów fazy początkowej serwisu wyróżnić można:

- rozpoczęcie z zaproszeniem na program, wypowiedzanym zza kadru przez lektora, stosowane w *Faktach* w TVN: „Na Fakty zaprasza...”, np.

LEKTOR: Na Fakty zaprasza Anita Werner.

(po motywie dźwiękowym programu ujęcie zmienia się z planu ogólnego studia na prezen-terkę)

PREZENTERKA: Dobry wieczór, Zbigniew Ziobro zostaje w rządzie. Premier Morawiecki staje za nim murem [*Fakty*, TVN, 12.09.2019, 19:00].

- poprzedzanie zajawek i części zasadniczej programu prognozą pogody, występujące w *Teleexpress* w TVP1, np.

Rafał Patyra, dzień dobry. Jutro trochę chłodniej: nad morzem tylko 21 stopni, im dalej na południe, tym przyjemniej. Najcieplej – 26 stopni – na Dolnym Śląsku. Będzie przelotnie padać, a na Podkarpaciu i Pomorzu może także zagrzmieć. Poniedziałek, 12 sierpnia, zaczynamy *Teleexpress* [*Teleexpress*, TVP1, 12.08.2019, 17:00].

W środkowej części serwisu informacyjnego, jak wcześniej wspomniano, prezenter kolejno odczytuje poszczególne wiadomości danego wydania, a między nimi emitowane są materiały przygotowane wcześniej przez reporterów. Podstawową formą odejścia od standardowego scenariusza jest w tym przypadku przerywanie normalnego toku programu rozmowami z gośćmi. Są to fragmenty naśladujące magazyn publicystyczny, zatem nieizomorficzność w takim przypadku polega na wykorzystaniu elementu charakterystycznego dla innego scenariusza genologicznego. Powoduje ono, iż zamiast zwykłego ciągu newsów, który można oddać za pomocą układów predykatowo-argumentowych:

(t_1) PRZEKAZYWAĆ [PREZENTER, NEWS 1]; (t_2) PRZEKAZYWAĆ [PREZENTER, NEWS 2]... (t_n) PRZEKAZYWAĆ [PREZENTER, NEWS n]

uzyskujemy zmodyfikowany zapis, np.

(t_1) PRZEKAZYWAĆ [PREZENTER, NEWS 1]; (t_2) PRZEKAZYWAĆ [PREZENTER, NEWS 2]; (t_3) PRZEKAZYWAĆ [PREZENTER, NEWS 3]; (t_4) ROZMAWIAĆ [PREZENTER, (z) GOŚCIEM]; (t_5) PRZEKAZYWAĆ [PREZENTER, NEWS 4]... (t_n) PRZEKAZYWAĆ [PREZENTER, NEWS n]

W uogólnionym scenariuszu programu zapis byłby zaś następujący:

(t_1) PRZEKAZYWAĆ [PREZENTER, NEWSY]; (t_2) ROZMAWIAĆ [PREZENTER, (z) GOŚCIEM]; (t_3) PRZEKAZYWAĆ [PREZENTER, DALSZE > NEWSY]

Omawiana forma nieizomorficzności występuje w serwisach emitowanych w godzinach południowych lub wczesnych popołudniowych, jak np. *W rytmie dnia* (tu zaprasza się zwykle ekspertów) czy *Fakty w południe* (zawsze jednym z gości jest pogodynka, a rozmowa dotyczy prognozy). W wydaniach wieczornych, zazwyczaj krótszych, nie ma miejsca tego typu urozmaicenia (z wyjątkiem krótkich rozmów na koniec, o czym szerzej w omówieniu nieizomorficzności fazy końcowej).

Wskazane powyżej serwisy stacji TVN24 i Polsat News cechują się także inną formą nieizomorficzności – wyraźnym podziałem na kilka części, zaznaczanym przerwami reklamowymi. W innych serwisach dodatkowym elementem konstrukcji, wyznaczającym podział programu na dwie części, są zajawki (nie zawsze występują w połowie). Mogą się one pojawiać zarówno w wydaniach, w których zostały pominięte w fazie początkowej, jak i w tych, które zajawki miały. Zawsze bowiem odnoszą się one do tego, co jeszcze ma być w programie omówione, np.

Oglądają państwo główne wydanie *Wiadomości*, zobaczmy, co jeszcze przed nami [*Wiadomości*, TVP1, 10.09.2019, 19:30].

To są wieczorne *Wydarzenia*. Za chwilę kolejne ważne tematy [*Wydarzenia*, Polsat News 2, 22.08.2019, 9:30 (powtórka z dnia poprzedniego)].

Polscy himalaiści znów mierzą wysoko – o ich ambitnych planach powiemy za chwilę w *Teleexpressie*, a potem zjeździemy na, a nawet pod ziemię [*Teleexpress*, TVP1, 12.08.2019, 17:00].

Środkowa część ogólnego scenariusza wygląda wówczas następująco:

(t_1) PRZEKAZYWAĆ [PREZENTER, NEWSY]; (t_2) ZAPOWIADAĆ [ZAJAWKI, DALSZE > NEWSY]; (t_3) PRZEKAZYWAĆ [PREZENTER, DALSZE > NEWSY]

W niektórych przypadkach (np. w *Faktach w południe*) występują wszystkie wspomniane dodatkowe elementy konstrukcyjne – przerwa reklamowa dzieli program na części, pomiędzy przerwami pojawiają się goście, a powrót do przekazywania wiadomości sygnalizowany jest zajawkami, które same także są zapowiadane przez prezenterów, np.

Jest 12:30, oglądają państwo *Fakty w południe*. Dagmara Kaczmarek-Szałkow, witam ponownie. Czas na najnowsze tematy i doniesienia z ostatniej chwili, z Chocze-
wa między innymi – to już zaraz. Zobaczmy szczegóły [*Fakty w południe*, TVN24, 9.09.2019, 12:00].

Warto nadmienić, że każda z części takiego programu tworzy miniaturę zamkniętą całość, ma własną fazę inicjalną i finalną. W cytowanym już wydaniu *Faktów w południe* część pierwsza kończy się zapowiedzią kolejnej:

Takie są *Fakty w południe*. Za chwilę te najświeższe dotyczące pogody. Będzie z nami Dorota Gardias.

Druga część zaczyna się od zaznaczenia obecności rozmówcy:

Dorota Gardias jest już z nami, ma najświeższe prognozy pogody i ma być, zdaje się, ładnie, choć nie wszędzie.

Kończy ją zaś odniesienie do ostatniej części i jej zawartości tematycznej:

Dorota Gardias, bardzo dziękuję. Wracamy za chwilę – będą najświeższe informacje, m.in. z Brukseli.

Indywidualny scenariusz takiego serwisu w swej części środkowej prezentuje się następująco:

(t_1) PRZEKAZYWAĆ [PREZENTER, NEWSY]; (t_2) PRZERYWAĆ [REKLAMY, PROGRAM]; (t_3) ROZMAWIAĆ [PREZENTER, (z) GOŚCIEM]; (t_4) PRZERYWAĆ [REKLAMY, PROGRAM]; (t_5) ZAPOWIADAĆ [ZAJAWKI, DALSZE > NEWSY]; (t_6) PRZEKAZYWAĆ [PREZENTER, DALSZE > NEWSY]

Podobnie jak rozmowy z gośćmi, także transmisje „na żywo” wprowadzają do serwisu informacyjnego elementy innego scenariusza. Występują zawsze w przypadkach wyjątkowych, kiedy w trakcie emisji programu ma zostać ogłoszona ważna decyzja lub organizowana jest konferencja prasowa (najczęściej o tematyce politycznej), ewentualnie w przypadku wystąpienia innych istotnych zdarzeń. W takich programach skrypt genologiczny w zakresie konstrukcji musi uwzględniać dodatkowy element:

(t_1) PRZEKAZYWAĆ [PREZENTER, NEWSY]; (t_2) TRASMITOWAĆ [TELEWIZJA, WYDARZENIE]; (t_3) PRZEKAZYWAĆ [PREZENTER, DALSZE NEWSY]

Wyjątkiem są sytuacje, kiedy transmisja stanowi część składową danego newsa, podobnie jak zwykle ma to miejsce w przypadku relacji reporterskich przygotowywanych z wyprzedzeniem. Przykładem mogą być *Fakty w południe* z 13.09.2019, w których transmitowana jest konferencja prasowa polityków opozycji parlamentarnej. Wydarzenie medialne tego typu, zaplanowane wcześniej, samo w sobie staje się newsem, o którym najpierw informuje prezenter i który następnie jest emitowany (w tym przypadku – transmitowany). Nie mamy więc do czynienia z zaburzeniem normalnego toku programu. Inaczej sprawy mają się w przypadku wydarzeń niezaplanowanych, nagłych (najczęściej tragicznych). Transmisja wymuszona jest wówczas przez okoliczności i przerywa zwyczajny przebieg serwisu. Właśnie do takich sytuacji odnosi się powyższa modyfikacja scenariusza gatunkowego serwisu.

Faza końcowa telewizyjnych serwisów informacyjnych wykazuje się stosunkowo niewielkimi odchyleniami od standardowego scenariusza (przewidującego proste pożegnanie widzów i tyłówkę). Główną formą niezomorficzności jest poprzedzenie pożegnania zapowiedzią innego programu (lub innych programów), np.

Kończymy to wydanie *Informacji dnia*, za chwilę rusza *Raport*, zapraszam w imieniu Weroniki Korol i jej i państwa gości, a my widzimy się kwadrans po południu. Do zobaczenia [*Informacje dnia*, Superstacja, 9.08.2019, 11:15].

Michał Bebło, dziękujemy. W *Wydarzeniach* o 18:50 spotka się z państwem Bartosz Kurek. Ja zapraszam do Polsat News, tam zaczynamy program *Więcej wydarzeń*, w którym między innymi softys kontra inny softys – obecny zablokował poprzednikowi bramę wjazdową do firmy. O co ta wojna, opowiemy za chwilę [*Wydarzenia*, Polsat News 2, 8.08.2019, 17:30].

No to schodzimy na ziemię na koniec. To były *Fakty*, a już teraz czas na *Fakty po Faktach* – to w TVN24. Jest już Grzegorz Kajdanowicz i jego gość, Włodzimierz Cimoszewicz. Dobry wieczór panom. A w *Kropce nad i* oczywiście Monika Olejnik i dzisiaj Zbigniew Giżyński i Barbara Nowacka. Spokojnego wieczoru państwu życzę, do zobaczenia jutro o 19:00 w *Faktach* w TVN [*Fakty*, TVN, 11.09.2019, 19:00].

Kończowa część standardowego scenariusza:

(t_1) ŻEGNAĆ [PREZENTER, WIDZÓW]; (t_2) KOŃCZYĆ [TYŁÓWKA, PROGRAM]

zyskuje wówczas nowy element:

(t_1) ZAPOWIADAĆ [PREZENTER, INNE > PROGRAMY]; (t_2) ŻEGNAĆ [PREZENTER, WIDZÓW]; (t_3) KOŃCZYĆ [TYŁÓWKA, PROGRAM]

Do form nieizomorficznych możemy zaliczyć także fazy końcowe serwisów, w których tyłówkę zastępuje fragment następnego programu, np. wideo z miejsca zdarzenia, o którym będzie w tym programie mowa. Jest to dość często spotykana praktyka w *Wydarzeniach*, po których zwykle emitowany jest magazyn publicystyczny *Więcej wydarzeń*. Zakończenie takie można opisać następująco (biorąc również pod uwagę fakt, że zawsze prezenter przed pożegnaniem zaprasza na *Więcej wydarzeń*):

(t₁) ZAPOWIADAĆ [PREZENTER, INNY PROGRAM]; (t₂) ŻEGNAĆ [PREZENTER, WIDZÓW]; (t₃) KOŃCZYĆ [NAGRANIE WIDEO, PROGRAM]

3.2.4. Uczestnicy telewizyjnego serwisu informacyjnego

Zgodnie z propozycją Wojciszkiego jedną z istotnych składowych każdego skryptu stanowią jego uczestnicy. Obecność konkretnych osób standardowo jest wymogiem nie tylko prawidłowej identyfikacji skryptu społecznego, ale także w ogóle zaistnienia sytuacji, którą da się do danego scenariusza odnieść. Nie wzbudza to wątpliwości w przypadku skryptów takich jak np. CHRZEST, w którym obowiązkowymi uczestnikami są dziecko, rodzice chrzestni oraz kapłan. Łącznie stanowią oni nieredukowalny skład skryptu. Jego realizacja jest niemożliwa, jeśli którejs z wymienionych osób zabraknie.

W przypadku scenariuszy genologicznych lista uczestników standardowych bywa trudna do ustalenia. Dzieło literackie musi mieć, rzecz jasna, autora i odbiorcę. Czy można ich uznać za uczestników wystarczających? W procesie powstawania publikacji bierze udział znacznie więcej osób. Bardziej skomplikowanym skryptem jest dowolny gatunek muzyczny. Kto jest twórcą utworu? Kompozytor czy wykonawca? Kogo poza nimi i słuchaczami potraktować jako uczestnika skryptu? Osoby zaangażowane w nagranie i dystrybucję?

Podobne wątpliwości mogą się mnożyć w zależności od gatunku, który weźmie się pod uwagę. W gatunkach dziennikarskich standardowymi uczestnikami skryptu są, najogólniej, dziennikarze i odbiorcy. Konkretnie formy jednak mogą być pod tym względem zróżnicowane, np. dzięki współwystępowaniu dwóch lub więcej autorów bądź prezenterów (bywa tak chociażby w programach publicystycznych oraz talk-show w telewizji).

Biorąc pod uwagę dotychczas zaprezentowane scenariusze, zgodnie z którymi serwisy informacyjne są wytwarzane, konstruowane i odbierane, można uznać, że w sytuacji komunikacyjnej serwisu jako uczestnicy scenariusza występują: prezenter, reporterzy, goście i widzowie (odbiór jest, zgodnie z ustaleniami komunikatywizmu, niezbędny do zaistnienia tekstu).

Uczestników scenariusza należy podzielić na dwie grupy – jedną stanowią osoby bezpośrednio zaangażowane w przygotowanie i emisję programu, drugą – odbiorcy. Do uczestników zaangażowanych w powstanie serwisu należą przede

wszystkim reporterzy i prezenter. Pierwsi, jak już wspomniano przy okazji odtwarzania skryptu okoliczności powstania programu, udają się na miejsca zdarzeń, zbierają informacje, nagrywają wypowiedzi świadków lub ludzi biorących udział w wydarzeniach (tzw. setki), po czym przygotowują newsy (najczęściej mają one charakter relacji, czasem minireportażu lub sondy ulicznej), w których czasem także występują. Rolą prezentera zaś jest oczywiście poprowadzenie całego wydania serwisu – przywitanie widzów, przedstawienie w odpowiedniej kolejności poszczególnych newsów i pożegnanie (często z zaproszeniem na inne pozycje w ramówce stacji telewizyjnej).

Trzecią podgrupę bezpośrednich uczestników programu stanowią goście zapraszani do studia. Ich obecność w zasadzie można uznać za nieizomorficzność. Standardowo bowiem serwis informacyjny nie obejmuje rozmów prezentera z innymi osobami. Jest to modyfikacja, która na razie nie występuje powszechnie – ogranicza się do dłuższych wydań popołudniowych niektórych serwisów oraz wydania wieczornego *Wiadomości* TVP1.

W przeanalizowanych 40 serwisach wystąpiło łącznie 17 gości, co daje stosunkowo niską średnią – 0,42 osoby na program (dla porównania – w 75 telewizyjnych magazynach sportowych „na żywo” średnia wyniosła 2,13). Liczby te potwierdzają, że praktyka zapraszania do studia gości nie jest powszechna i ma charakter marginalny.

Spośród wspomnianych 17 gości najliczniejszą grupę stanowią politycy (8), następni w kolejności są dziennikarze (4), po nich zaś pogodynki (3) i zewnątrzni eksperci (2). Nietrudno zauważyć pewną tendencję. Do serwisów informacyjnych zaprasza się przede wszystkim polityków lub pracowników własnej stacji (albo własnego koncernu medialnego). W obu przypadkach goście mogą zapewniać komentarz do wydarzeń, choć w praktyce dziennikarze będący gośćmi głównie przekazują widzom bardziej szczegółowe informacje dotyczące wybranych wydarzeń lub zapowiadają i pokrótce omawiają zawartość treściową własnych programów. Należy także zaznaczyć, że wszyscy politycy w badanym materiale wystąpili w *Wiadomościach* w TVP1. Z tego też powodu, mimo że jest to grupa najliczniejsza, nie można uznać jej za typową. Stanowi ona cechę charakterystyczną jednego programu.

Obserwując okoliczności, w jakich goście pojawiają się w serwisach informacyjnych, oraz tematy, jakie wówczas są poruszane, można uznać, że najczęściej za wprowadzenie takiego dodatkowego elementu do programu odpowiada motywacja marketingowa (autopromocja stacji) i ideologiczna (oddanie głosu i możliwości interpretowania newsów politykom). W przypadku *Wiadomości* jednak należałoby właściwie obie te motywacje wymienić jako współtowarzyszące. Stała część programu, *Gość Wiadomości*, wykorzystywana jest bowiem nie tylko do prezentowania punktu widzenia partii rządzącej, ale także do zareklamowania kontynuacji rozmowy, która ma miejsce zawsze bezpośrednio po *Wiadomościach* w TVP Info.

3.2.5. Warunki uruchamiające skrypt

B. Wojciszke w swym opracowaniu dotyczącym schematów pisze m.in. o sygnałach wywoławczych. Do ich scharakteryzowania wykorzystuje przykład spotkania z nieznanym, który nieoczekiwanie zaczyna prawić komplementy. W zależności od kontekstu zachowanie takie może uruchomić schemat „podlizywanie się” bądź „przyjazność”. Pierwszą możliwość Wojciszke wiąże np. z sytuacją egzaminu, drugą – z rozmową nieznanymi pasażerów w pociągu (Wojciszke 1986: 99). Wynika z tego, że uruchomienie skryptu zależy od zaistnienia określonych bodźców, ale także – odpowiednich okoliczności. Te same sygnały bowiem mogą aktywizować inne schematy w różnych sytuacjach.

Jak zauważa Wojciszke, „funkcjonalny status sygnału wywoławczego ma wszelka informacja semantycznie czy tylko asocjacyjnie z nim powiązana, choć nie dotycząca bezpośrednio jego egzemplarzy” (1986: 99). Uruchomienie skryptu następuje zatem pod wpływem bodźców, które należy określić jako zewnętrzne wobec niego, ale powiązane z nim.

W przypadku rozważań genologicznych ustalenie listy takich sygnałów może nastręczać trudności. Wymaga ono bowiem określenia, jakie informacje kojarzone są z danym scenariuszem gatunkowym w taki sposób, że ich wystąpienie pozwala odbiorcy na rozpoznanie skryptu, z którym ma do czynienia?

Zgodnie z założeniem komunikatystów, użytkownik języka zmienia relewancje gatunkowe w zależności od własnego nastawienia interpretacyjnego oraz gotowości percepcyjnej. Są to więc dwa czynniki, z którymi muszą być powiązane warunki uruchamiające dany skrypt. Warunkami tymi będą zatem wszelkie informacje powiązane semantycznie lub asocjacyjnie ze skryptem, wywołujące u odbiorcy odpowiednie dla rozpoznania scenariusza nastawienie interpretacyjne i gotowość percepcyjną. Bodźce takie w pewnym sensie mają moc zaprogramowania odbiorcy na obcowanie z konkretnym scenariuszem genologicznym i w związku z tym – modelowania relewancji gatunkowych, które zastosuje w procesie interpretacji.

Do warunków uruchamiających scenariusz telewizyjnego serwisu informacyjnego zaliczyć można:

- 1) Obecność programu w ramówce stacji telewizyjnej

Aby można było rozpoznać program jako telewizyjny serwis informacyjny, powinien być on emitowany w telewizji (m.in. dla odróżnienia od serwisów radiowych).

Jeśli przyjąć założenie, że sygnały uruchamiające skrypt nie mają charakteru warunków koniecznych oraz – że nie muszą być spełnione wszystkie jednocześnie, wówczas dopuszczalne jest uznanie za telewizyjny serwis informacyjny programu emitowanego poza telewizją (np. w Internecie). Aktywizacja schematu może być jedynie ułatwiona w stopniu skorelowanym z liczbą odpowiednich informacji pojawiających się w polu percepcji podmiotu. Im jest ich więcej, tym bardziej dostępny dla systemu danych operacyjnych staje się dany schemat.

2) Współwystępowanie warstw ikonicznej i słownej

Telewizyjny serwis informacyjny kojarzony jest oczywiście z przekazywaniem informacji za pomocą obrazu i dźwięku. Takie też są oczekiwania odbiorców. Dotyczy to nie tylko transmitowania obrazu studia telewizyjnego z prezydentem przekazującym wiadomości, ale także emisji nagranych wcześniej (lub przekazywanych na żywo) relacji reporterskich z omawianych zdarzeń. Audiowizualność serwisów telewizyjnych można uznać za najważniejszą cechę odróżniającą je od serwisów radiowych, w których występuje tylko warstwa dźwiękowa. Newsy prezentowane w serwisach informacyjnych mają postać materiałów filmowych i tego też spodziewa się widz. Ich obecność w programie nie jest oczywiście kwestią jedynie spełniania funkcji sygnału uruchamiającego skrypt. Jak wcześniej wspomniano, są także operatorami wykonującymi różnorodne zadania na poszczególnych poziomach komunikacyjnych gatunku.

3) Tytuł programu

Jako sygnał wywoławczy scenariusza tytuł eksplicitnie wskazuje na gatunek, jaki realizuje dany program. W tytułach niekiedy pojawia się określenie „serwis informacyjny”. Formułując tytuł w taki sposób, twórcy programu z góry informują odbiorców, jaki będzie miał on charakter. W ten sposób uruchamia się w umyśle potencjalnego widza scenariusz genologiczny telewizyjnego serwisu informacyjnego i przywołuje wszelkie związane z nim skojarzenia (np. wcześniejsze doświadczenia polegające na oglądaniu innych realizacji gatunku).

Niezbędne jest oczywiście przyjęcie przez telewidza, że nadawca działa w dobrej wierze i nie zamierza wprowadzić go w błąd. Nie ma natomiast znaczenia świadomość gatunkowa twórców. Pojawienie się w tytule nazwy gatunku wyzwała odpowiednie skojarzenia, bez względu na to, czy faktycznie jest to realizacja wskazanego scenariusza. Odbiorca przyjmuje odpowiednie nastawienie, zgodne z jego wyobrażeniami i wiedzą. Sprzeczność z tymi wyobrażeniami może skutkować przerwaniem odbioru i rezygnacją z cyklicznego oglądania programu (okazuje się on bowiem nie tym, czego oczekiwał odbiorca).

4) Deklarowana przynależność gatunkowa programu

Warunek ten powiązany jest z obecnością w ramówce stacji telewizyjnej. Jej odzwierciedlenie bowiem stanowią m.in. przewodniki telewizyjne (spis programów wraz z tytułami z podziałem na dni i godziny emisji). Wszystkie zawarte w przewodnikach pozycje opatrzone są opisami, w skład których wchodzi m.in. określenie przynależności gatunkowej (obok informacji dotyczących systemu audio, w którym nagrany jest program lub film, daty produkcji itp.). Towarzyszący w spisie tytułowi dopisek typu „serwis informacyjny”, „wiadomości”, „magazyn informacyjny” czy „informacje dnia” stanowi deklarację nadawcy, która w bezpośredni sposób modeluje nastawienie interpretacyjne odbiorcy. Otrzymuje on bowiem dwa silne sygnały (obecność w ramówce i deklaracja gatunkowa)

powodujące, że oczekuje wystąpienia kolejnych bodźców, współgrających z dotychczasowymi, oraz przywołuje do swej pamięci operacyjnej scenariusz serwisu informacyjnego.

Należy przy tym pamiętać, że deklaracja ze strony nadawcy nie może być traktowana równoznacznie z faktyczną¹³ przynależnością do określonego gatunku. Jest to jedynie jeden z sygnałów uruchamiających skrypt, wpływający na nastawienie interpretacyjne odbiorcy. Przyjmuje on bowiem, że nadawca telewizyjny wie, jaki gatunek realizuje dany program oraz – że nie chce wprowadzić widza w błąd, określając daną pozycję w ramówce jako serwis informacyjny.

5) Stałość godzin emisji

Jest to warunek występujący właściwie w każdym gatunku telewizyjnym o charakterze cyklicznym. Godzina emisji spełnia kryterium postawione w definicji B. Wojciszkiego – jest zewnętrzna wobec samego programu, a jednocześnie powiązana z nim merytorycznie. Stanowi także w pewnym sensie całość wraz z obecnością informacji o serwisie w przewodniku telewizyjnym. Jest to dla odbiorcy sygnał, z czym będzie miał do czynienia. Należy jednak podkreślić, że sygnały takie stanowią element sytuacji pragmatycznej. Z tego też względu w tradycyjnych ujęciach genologicznych tracą na znaczeniu lub są całkowicie pomijane. Tymczasem w perspektywie komunikatywistycznej moment odbioru (czyli m.in. godzina) należy uznać za istotny. Może on bowiem wpływać na nastawienie interpretacyjne odbiorcy. Typowo bowiem serwisy informacyjne na kanałach o tematyce ogólnej emitowane są wieczorem, między godziną 18:30 a 20:00. W przypadku kanałów informacyjnych zaś występują w ramówce regularnie – np. co 60 minut, o pełnych godzinach.

3.2.6. Rezultat skryptu

Ostatni ze wskazanych przez B. Wojciszkiego składników skryptu, czyli jego rezultat, może być w przypadku scenariuszy genologicznych wypadkową intencji bądź celów nadawcy i oczekiwań odbiorców. Podobnie jak akty mowy, gatunki wypowiedzi także mogą mieć przypisane do siebie domyślne efekty perlokucyjne. Np. dla komentarza prasowego będzie to przyjęcie punktu widzenia autora i zmiana opinii o danym zdarzeniu lub zjawisku, dla eseju może to być pobudzenie odbiorcy do myślenia o poruszonym temacie, a w gatunkach lirycznych – wprawienie czytelnika w określony nastrój, ewentualnie wywołanie zachwytu bądź szczególnych doznań estetycznych (podobnie jest w przypadku dzieł sztuki).

¹³ Warto na marginesie zauważyć, że w niniejszym ujęciu „faktyczna przynależność do gatunku” nie istnieje, atrybucja gatunkowa jest bowiem zależna od czynników subiektywnych (i, do pewnego stopnia, intersubiektywnych), a te wykluczają możliwość mówienia o jakiegokolwiek „faktyczności” rozumianej jako stan obiektywny.

Telewizyjnemu serwisowi informacyjnemu także można przypisać pewne efekty perlokucyjne. Najważniejszym z nich jest powiększenie zasobów wiedzy widza. Poszczególne newsy składają się na obraz wydarzeń, jakie miały miejsce w danym dniu. Na ich podstawie odbiorca buduje (przynajmniej częściowo) swoją wizję świata.

Innym skutkiem perlokucyjnym, który można przypisać do serwisów informacyjnych, jest hierarchizowanie rzeczywistości. Wydarzenia prezentowane w newsach mają zostać uznane za ważne (na tyle, by telewizja o nich informowała), podczas gdy to, o czym się nie mówi, zyskuje walor mało istotnego. Ponadto informowanie o zdarzeniach w określonej kolejności także ma wpływać na ocenę newsów. Pomijając przypadki dzielenia serwisów na bloki tematyczne (co w badanym materiale zdarzało się rzadko), zasadniczo prezenterzy zaczynają od wiadomości najważniejszych, stopniowo przechodząc do mniej istotnych. Zamierzonym efektem jest tutaj przyjęcie przez widza właśnie takiej oceny ważności poszczególnych wiadomości. Próby wykorzystania takiego sposobu myślenia widać np. w *Wiadomościach* TVP1, w których informacje niewygodne dla rządu podawane są w dużym skrócie i w dalszej części programu, podczas gdy punktem wyjścia w takich przypadkach zawsze staje się news korzystny dla partii rządzącej lub przedstawiający w złym świetle opozycję. Dowodzi to sensowności przyjęcia założenia, że za pomocą odpowiedniego układu newsów w serwisie nadawcy próbują wpływać na ocenę ich ważności przez odbiorców.

Do standardowych rezultatów scenariusza genologicznego serwisu informacyjnego należy zaliczyć także systematyczne utrzymywanie (a nawet zwiększanie) oglądalności, co właściwie jest charakterystyczne dla wszystkich cyklicznych gatunków telewizyjnych. przyjmując założenie, że nadawcy zależy na przywiązaniu widza do danego programu, można uznać, że wszystko, poczynwszy od konstrukcji, przez dobór uczestników, na tematyce kończąc, kształtowane jest w taki sposób, by odpowiadać na zapotrzebowanie odbiorców i pozostawać w zgodzie z ich oczekiwaniami.

Z perspektywy odbiorcy rezultaty skryptu prezentują się inaczej. Widz oczekuje, że serwis informacyjny dostarczy mu nowych wiadomości. Chce bowiem dowiedzieć się, co wydarzyło się danego dnia w kraju i na świecie. Oczekuje także podania informacji w przejrzystej i łatwej do przyswojenia formie. Nie interesuje go zatem zwiększanie oglądalności ani hierarchizowanie informacji (przyjęcie lub odrzucenie hierarchii newsów przekazanych przez prezentera nie jest oczekiwanym przez odbiorcę skutkiem).

3.2.7. Podsumowanie

Punktem wyjścia zaprezentowanej metody badań było przyjęcie założenia, że narzędzia wypracowane na gruncie językoznawstwa w ramach gramatyki komunikacyjnej można wykorzystać na polu genologii (zarówno lingwistycznej, jak

i literaturoznawczej). W ramach zaprezentowania przykładowej procedury badawczej dokonano analizy telewizyjnych serwisów informacyjnych w celu zrekonstruowania ich standardowego scenariusza genologicznego. Adaptując na potrzeby komunikatywizmu zaproponowaną przez Bogdana Wojciszkego metodę analizowania schematów zdarzeń, czyli skryptów, odwołano się do kilku ich właściwości:

- sekwencji scen,
- aktorów (uczestników),
- warunków uruchamiających scenariusz,
- ostatecznych rezultatów realizacji skryptu.

Przeniesienie koncepcji Wojciszkego na grunt genologii pozwoliło na dokonanie opisu standardowego scenariusza telewizyjnego serwisu informacyjnego z uwzględnieniem wymienionych powyżej komponentów. Poniżej znajduje się skrótowe podsumowanie badania:

1) Sekwencja scen

W przypadku skryptów genologicznych sekwencję scen można podzielić na dwa aspekty: okoliczności powstania komunikatu oraz kolejność występowania po sobie elementów strukturalnych. Przeanalizowanie pod tym kątem zebranego materiału badawczego pozwoliło na nakreślenie standardowego scenariusza okoliczności powstawania serwisu informacyjnego:

(t_1) PRZYGOTOWAĆ [REPORTERZY, NEWSY]; (t_0) EMITOWAĆ [TELEWIZJA, PROGRAM] & PRZEKAZYWAĆ [PREZENTER, NEWSY, WIDZOM] & OGLĄDAĆ [WIDZ, PROGRAM]; (t_1) ZAKOŃCZYĆ {TELEWIZJA, EMITOWAĆ [TELEWIZJA, PROGRAM]}

oraz kolejności poszczególnych części struktury programu:

(t_0) ZACZYNAĆ [CZOŁÓWKA, PROGRAM]; (t_1) WITAĆ [PREZENTER, WIDZÓW]; (t_2) PRZEDSTAWIAĆ [ZAJAWKI, TEMATY]; (t_3) PRZEKAZYWAĆ [PREZENTER, WIADOMOŚCI]; (t_4) ŻEGNAĆ [PREZENTER, WIDZÓW]; (t_5) KOŃCZYĆ [TYŁÓWKA, PROGRAM]

Ustalenie kształtu standardowego scenariusza genologicznego pozwala na porównywanie z nim konkretnych realizacji i wskazywanie w nich tych komponentów, które są zgodne ze standardem oraz odbiegających od niego, powodujących nieizomorficzność zarówno pod względem okoliczności powstania, jak i budowy komunikatu.

2) Uczestnicy skryptu

Obecność konkretnych osób standardowo jest wymogiem nie tylko prawidłowej identyfikacji skryptu społecznego, ale także w ogóle zaistnienia sytuacji,

którą można do danego scenariusza odnieść. W przypadku telewizyjnych serwisów informacyjnych standardowymi uczestnikami skryptu są:

- prezynter,
- reporterzy,
- widzowie.

Nieizomorficzne względem standardowego scenariusza genologicznego są realizacje, w których pojawiają się dodatkowi uczestnicy – goście. Ich obecność wprowadza do skryptu elementy innego scenariusza (magazynu publicystycznego), a wykorzystywana jest zwykle w celach autopromocyjnych (dziennikarze i inni pracownicy stacji zapowiadają programy, do których obejżenia zachęają) i ideologicznych (politycy jako komentatorzy niektórych newsów). Kiedy gośćmi są zewnętrzni eksperci, ich obecność wykorzystywana jest do objaśniania widzom określonych wydarzeń.

3) Warunki uruchamiające skrypt

Ustalenie sygnałów, które można uznać za bodźce decydujące o przywołaniu do pamięci operacyjnej konkretnego scenariusza genologicznego, wymagało odpowiedzi na pytanie, jakie informacje można skojarzyć ze scenariuszem gatunkowym serwisu informacyjnego w taki sposób, że ich wystąpienie pozwala odbiorcy na rozpoznanie skryptu, z którym ma do czynienia.

Ponieważ, zgodnie z podejściem komunikatywistów, użytkownik języka zmienia relewancje gatunkowe w zależności od własnego nastawienia interpretacyjnego oraz gotowości percepcyjnej, można przyjąć, że są to dwa czynniki, z którymi muszą być powiązane warunki uruchamiające dany skrypt. Wśród bodźców spełniających owe kryteria można wymienić:

- obecność programu w ramówce stacji telewizyjnej,
- współwystępowanie warstw ikonicznej i słownej,
- tytuł programu,
- deklarowana przynależność gatunkowa programu (najczęściej widziana przez odbiorców w przewodnikach telewizyjnych),
- stałe godziny emisji.

4) Rezultat scenariusza

Jest on rozumiany jako wykaz standardowo wiążących się z realizacją danego skryptu efektów perlokucyjnych. W telewizyjnych serwisach informacyjnych efektami takimi są:

- powiększenie wiedzy widza (jest to także efekt oczekiwany przez odbiorcę),
- przyjęcie przez widza hierarchii ważności wydarzeń,
- zwiększenie cyklicznej oglądalności programu.

Zebranie spostrzeżeń dotyczących wszystkich wymienionych powyżej elementów skryptu pozwala na dokonanie opisu dowolnego standardowego scenariusza,

bez względu na to, czy mamy do czynienia ze standardowym scenariuszem genologicznym, czy ze schematem stereotypowej sytuacji społecznej.

W przypadku badań genologicznych zastosowanie perspektywy komunikatywistycznej umożliwia wykroczenie w ramach analizy poza sam opis przebiegu skryptu gatunkowego. Ponieważ każdy komunikat zawiera sens komponowany na trzech poziomach komunikacyjnych, charakterystyka gatunku może również podążać w kierunku ustalenia standardowych sposobów kształtowania tekstu reprezentującego określony gatunek na wszystkich poziomach – ideacyjnym, interakcyjnym i organizacji dyskursu.

Literatura

- Austin John (1993), *Mówienie i poznawanie: rozprawy i wykłady filozoficzne*, przeł. B. Chwedeńczuk, Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warszawa.
- Awdiejew Aleksy (1987), *Pragmatyczne podstawy interpretacji wypowiedzi*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków.
- Awdiejew Aleksy (2004), *Gramatyka interakcji werbalnej*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków.
- Awdiejew Aleksy (2008), *Gramatyka komunikacyjna: wybór jednostki operacyjnej*, [w:] *Język a kultura*, t. 20: *Tom jubileuszowy*, red. A. Dąbrowska, Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław, s. 119–128.
- Awdiejew Aleksy (2018a), *Parafrazowanie jako wskazywanie na sens*, [w:] *Parafrazowanie w dyskursie artystycznym*, red. G. Habrajska, Primum Verbum, Łódź, s. 33–48.
- Awdiejew Aleksy (2018b), *Wstęp do teorii parafrazy*, [w:] *Parafrazowanie w dyskursie artystycznym*, red. G. Habrajska, Primum Verbum, Łódź, s. 9–14.
- Awdiejew Aleksy, Habrajska Grażyna (2004), *Wprowadzenie do gramatyki komunikacyjnej*, t. 1, Leksem, Łask.
- Awdiejew Aleksy, Habrajska Grażyna (2006), *Wprowadzenie do gramatyki komunikacyjnej*, t. 2, Leksem, Łask.
- Awdiejew Aleksy, Habrajska Grażyna (2010), *Komponowanie sensu w procesie odbioru komunikatów*, Primum Verbum, Łódź.
- Balcerzan Edward (1999), *W stronę genologii multimedialnej*, „Teksty Drugie”, nr 6, s. 7–24.
- Fras Janina (2012), *Podstawy identyfikacji i typologii wypowiedzi w mediach masowych*, [w:] *Komunikologia. Teoria i praktyka komunikacji*, red. E. Kulczycki, M. Wendland, Wydawnictwo Naukowe Instytutu Fizyki Uniwersytetu Adama Mickiewicza, Poznań, s. 13–29.
- Fras Janina (2013), *O typologii wypowiedzi medialnych i dziennikarskich*, Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław.
- Grochala Beata (2015), *Telewizyjna transmisja sportowa jako kolekcja gatunków*, [w:] *Gatunki mowy i ich ewolucja*, t. V: *Gatunek a granice*, red. D. Ostaszewska, J. Przyklenk, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice, s. 347–355.
- Grochowski Grzegorz (2018), *Pamięć gatunków. Ponowoczesne dylematy atrybucji gatunkowej*, IBL PAN, Warszawa.

- Habrajka Grażyna (2004), *Komunikacyjna analiza i interpretacja tekstu*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź.
- Laskowska Elżbieta (2004), *Dyskurs parlamentarny w ujęciu komunikacyjnym*, Wydawnictwo Akademii Bydgoskiej im. Kazimierza Wielkiego, Bydgoszcz.
- Maruszewski Tomasz (1996), *Psychologia poznawcza*, Znak – Język – Rzeczywistość: Polskie Towarzystwo Semiotyczne, Warszawa.
- Post Michał (2014), *Akty i gatunki mowy. Próba wielopłaszczyznowego zbliżenia*, [w:] *Pragmatyka, retoryka, argumentacja. Obrazy języka i dyskursu w naukach humanistycznych*, red. P. Stalmaszczyk, P. Cap, Universitas, Kraków, s. 197–226.
- Ricoeur Paul (2009), *O interpretacji. Esej o Freudzie*, przeł. M. Falski, Wydawnictwo KR, Warszawa.
- Siekiera Rafał (2021), *Charakterystyka genologiczna telewizyjnego magazynu sportowego „na żywo” w perspektywie komunikatywistycznej*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź.
- Sperber Dan, Wilson Deirdre (2011), *Relewancja: komunikacja i poznanie*, przeł. M. Charzyńska-Wójcik i in., Tertium, Kraków.
- Steciąg Magdalena (2006), *Informacja, wywiad, felieton. Sposób istnienia tradycyjnych gatunków w radiu komercyjnym*, Wydawnictwo Uniwersytetu Zielonogórskiego, Zielona Góra.
- Szkuclarek-Śmiechowicz Ewa (2015), *Magazyn telewizyjny jako gatunek w formie kolekcji*, [w:] *Gatunki mowy i ich ewolucja*, t. V: *Gatunek a granice*, red. D. Ostaszewska, J. Przyklenk, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice, s. 393–402.
- Wojciszke Bogdan (1986), *Teoria schematów społecznych. Struktura i funkcjonowanie jednostkowej wiedzy o otoczeniu społecznym*, Zakład Narodowy im. Ossolińskich, Wrocław.
- Wojciszke Bogdan (2006), *Człowiek wśród ludzi. Zarys psychologii społecznej*, Scholar, Warszawa.
- Wojtak Maria (2004), *Gatunki prasowe*, Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, Lublin.
- Wojtak Maria (2006), *Gatunek w formie kolekcji a kolekcja gatunków*, „Poznańskie Spotkania Językoznawcze”, t. 15, s. 143–152.
- Wojtak Maria (2008), *Analiza gatunków prasowych. Podręcznik dla studentów dziennikarstwa i kierunków pokrewnych*, Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, Lublin.
- Wojtak Maria (2014), *O gatunkach wypowiedzi i ich prasowych konkretyzacjach*, „Językoznawstwo: współczesne badania, problemy i analizy językoznawcze”, nr 1, s. 95–105.

METODA KRYTYCZNA EDMUNDA FELDMANA W BADANIU DZIEŁ RADIOWYCH

4.1. Przełożenie metod badania sztuk wizualnych na sztukę audialną – metoda krytyczna Edmunda Feldmana w badaniu artystycznego dzieła radiowego – *Natalia Kowalska-Elkader*

<https://doi.org/10.18778/8220-429-2.08>

4.1.1. Wprowadzenie

Elżbieta Pleszkun-Olejniczakowa w artykule poświęconym krytyce słuchowiskowej zauważa, że

wiek XX, przynosząc liczne istotne zmiany w modelu dotychczas obowiązującej kultury literackiej, doprowadził też do ważnych przemian w zakresie pojmowania i funkcjonowania literackiej krytyki. Wzrosła przede wszystkim jej ranga społeczna, a dokonania krytyki zaczęto postrzegać jako rodzaj działalności stricte twórczej. Sam krytyk, dotychczas wyraźnie od autora niższy »rangą«, stał się nie tylko jego równouprawnionym partnerem, ale więcej – zaczął być postrzegany jako osoba o wyższej świadomości intelektualnej (Pleszkun-Olejniczakowa 1998: 153).

Wyrosła z krytyki literackiej czy teatralnej krytyka radiowa stała się bytem autonomicznym uprawianym przez licznych publicystów i badaczy. „Od początku emitowania słuchowisk zdawano sobie sprawę, jak ważną kwestią jest szybkie wykształcenie się kompetentnej krytyki radiowej. Badania wokół teorii, swoistej poetyki, genologii słuchowiska miały stanowić praktyczną pomoc dla reżysera; postulowano wręcz jak gdyby spis »środków wyrazu«” (Pleszkun-Olejniczakowa 1998: 153). Krytyka radiowych dzieł artystycznych wymaga od autora tekstu kompetencji w zakresie odbioru dzieł audialnych, znajomości środków fonicznego wyrazu, wiedzy z zakresu podstaw montażu radiowego, kuchni akustycznej czy wspomnianej przez badaczkę genologii radiowej.

Celem tego artykułu jest opis metody krytycznej Feldmana, a następnie przełożenie jej na artystyczne gatunki radiowe. Pierwotnie metoda ta służyła analizie dzieł wizualnych: grafiki, malarstwa czy rzeźby. Sądzę jednak, co stanowi hipotezę tego tekstu, że klarowność wyводу powstałego w ramach jej tworzenia, a także etapy, z których się składa, i ich założenia przydatne będą podczas pracy

nad dziełami audialnymi. Metoda pozwala na przyjrzenie się faktom formalnym w dziele i sporządzenie ich obiektywnego opisu, a także ich interpretowanie i ocenę. Wypełnia również wszystkie funkcje, które pełnić powinna krytyka radiowa powstała na gruncie krytyki literackiej.

Janusz Sławiński dokonał dokładnego podziału i opisu funkcji, jakie pełni krytyka literacka (Sławiński 1974). Klasyfikacja ta zdaje się obrazować również zastosowanie krytyki radiowej, ta bowiem pełni analogiczne funkcje do literackiej. Krytyka literacka nie jest jednolitą całością, lecz składa się z kilku uzupełniających się elementów. Mówi ona o konkretnym utworze i jego autorze, a także daje świadectwo przekonaniom recenzenta na temat tego, co uważa on za wartościowe. Przedstawia zatem zarówno punkt widzenia autora dzieła, jak i autora tekstu o dziele. Trzecim elementem jest włączenie do tekstu informacji dotyczących samego procederu krytycznego, krytyka jest zatem poniekąd autotematyczna i odnosi się do samej siebie. Według Sławińskiego krytyka obejmuje również fakty życia literackiego, co naturalnie w przypadku krytyki radiowej zastąpione zostaje nawiązaniami do innych dzieł audialnych i innych wydarzeń związanych z kulturą radiową.

Badacz wyróżnił cztery funkcje krytyki literackiej (Sławiński 1974: 171–173): operacyjną, poznawczo-oceniającą, postulatywną i metakrytyczną. Jak zaznacza, są one równoczesne, ale nie równoważne. Równoczesność jest tutaj dynamiczna, bowiem funkcje wpływają na siebie, wzajemnie ukazują swoje znaczenie i rolę odgrywaną w wypowiedzi.

Funkcja operacyjna określa udział krytyki w „grze” między autorem a publicznością. Komunikat krytyczny wpływa na zależność odbiorca–nadawca i tworzy nowy układ łączący oba ogniwa. Może być przesłanką, jak dzieło odebrane zostanie przez czytelnika – bądź słuchacza, jeśli mowa o krytyce radiowej – jak również uwarunkować sposób odbioru. Krytyk jest przewodnikiem w konsumpcji literackiej, dekodującym i rekodującym komunikaty literackie (Sławiński 1963: 281–301). Warto jednak zwrócić uwagę, że krytyka jest również stałym i wartościowym elementem życia kulturalnego, choć wtórna w stosunku do dzieła, o którym mówi, to jednak kształtuje środowisko kulturalne, jest jego integralną częścią. „Krytyk jest w dużej mierze twórcą przestrzeni literackiej, tworzy on bowiem także fakty literackie, dzięki aktywności zarówno w strefie ich produkowania, jak i odbioru” (Dybciak 2016: 11).

Funkcja poznawczo-oceniająca jest rezultatem metaliterackości krytyki, która zbudowana jest ze zdań deskryptywnych, interpretacyjnych (poznawczych) oraz oceniających (wartościujących). Zdania interpretujące stanowią problematyzację faktu literackiego, z kolei czynności interpretujące mogą sprowadzać nieznanne do znanego lub coś indywidualnego do ogólnego. Efektem jest tekst literacki traktujący o literaturze, nierozzerwalnie z nią związany, lecz również sam będący tekstem literackim. Krytyka radiowa, chociaż nie odnosi się do przedmiotu literackiego, również jest tekstem kultury i niesie ze sobą wartości literackie.

Trzecią funkcją wyodrębnioną przez Sławińskiego jest funkcja postulatyczna, w ramach której krytyk przedstawia swoje zdanie, formułuje postulaty. Również tu dostrzegalny jest twórczy przejaw krytyki, która realizuje autonomiczną artystycznie formę. Wpływa na dzieło i jego odbiór, co może – dość paradoksalnie – wpłynąć na ostateczny kształt już ukończonego dzieła. Z kolei ostatnia wymieniana przez badacza funkcja, metakrytyczna, odnosi się do formy samej krytyki i procesu, który opisuje. Krytyk poddaje analizie czynności, które wykonuje, podaje argumenty, stara się udowodnić lub obalić stawiane hipotezy.

Wyzwania stojące przed krytykiem radiowym zbliżone są do tych, którym czoła stawiają badacze radia artystycznego, dlatego też pewne metody służyć mogą obu celom. Zarówno krytyk, jak i badacz dzieł artystycznych w swojej pracy realizują pewne etapy zapoznawania się z dziełem, analizują je zarówno od strony formalnej, jak i treści, interpretują i oceniają. Metoda Feldmana, której poświęcę dalszą część tekstu, jest ustrukturalizowaną drogą, którą niejednokrotnie intuicyjnie przechodzą piszący o sztuce. Ten sposób patrzenia na twórczość, nie tylko radiową, pozwala na dokładne przyjrzenie się jej i analizę pod wieloma aspektami. Efektem tego procesu może być zarówno literacki tekst krytyczny, jak i przyczynek do badań naukowych wybranego dzieła sztuki, szczególnie na początkowym etapie pracy nad dziełem.

4.1.2. Metoda Feldmana – teoria oryginalna

Edmund Feldman jest amerykańskim wykładowcą i krytykiem sztuki, pracował na Uniwersytecie Georgii. Najbardziej rozpowszechnioną teorią jego autorstwa jest metoda analizy dzieła sztuki, która znana jest jako krytyczna metoda Feldmana lub analiza metodą Feldmana (ang. Feldman's Method of Art Analysis lub Feldman's Method of Art Criticism). Metoda ta została stworzona na potrzeby badań dzieł wizualnych. Jej autor zwraca uwagę na różne elementy dzieł sztuki, a także na sposoby ich omawiania realizowane w poszczególnych krokach. Twierdzi on, że krytyka artystyczna „w sensie praktycznym jest eksploracją językową dzieł sztuki lub rozmową o sztuce” (Feldman 1982). Badacz zauważył, że studenci najpierw analizują obiekt artystyczny pod kątem wartości tematycznych i użytkowych przed ich opisem (Feldman 1970).

Przed przystąpieniem do analizy pierwszym krokiem jest zbadanie przedmiotu sztuki dla tematycznych i użytkowych wartości tekstu, po czym powinno nastąpić poszukiwanie „wszechobecnej jakości, stylu” (Feldman 1970). Poszukiwania dotyczą wskazówek, które pomogą skategoryzować informacje o obiekcie sztuki. Filozofia Feldmana obejmuje cztery obszary stylu:

- 1) obiektywną dokładność,
- 2) formalny porządek,
- 3) emocje,
- 4) fantazję/fikcję/świat przedstawiony.

Praca zaczyna być kojarzona z jednym z czterech stylów, co wpływać może na następujące po wprowadzeniu zasadnicze etapy analizy.

Metoda Feldmana składa się z czterech etapów, które piszący winien realizować w odpowiedniej kolejności. Pierwszym z nich jest opis (Feldman 1970: 348–383; 1982, 1994a, 1994b, 1995), stanowi on wprowadzenie do całego procesu. Feldman traktuje słowa użyte w opisie jak wskaźniki, które zwracać mają uwagę na coś, co warto zauważyć w dziele. Jednak to, co jest w tej części kluczowe, to neutralny język. Nie są dopuszczalne zdania wartościujące czy interpretujące. Powodem, dla którego badacz powinien na tym etapie zachować bezstronność, jest fakt, iż przedwczesne sądy wpływają na ostateczną ocenę dzieła i zaburzają proces jego analizy. W tej części Feldman odradza zatem używania określeń takich jak „silny, piękny harmonijny, słaby, nieuporządkowany, brzydki, wyglądający cy śmiesznie” (Feldman 1970: 350).

Neutralny opis przyczynia się do rzeczowego i obiektywnego patrzenia na dzieło. Realizowany jest również poprzez fakt, iż nie powinny zostać nazwane elementy, co do których istoty nie ma pewności. Jeśli nie sposób określić – z całą pewnością i z pominięciem interpretacji – czym jest dany przedmiot lub figura, właściwsze jest pozostawienie ich nienazwanych niż narażenie się na błąd, który wpłynie na interpretację.

Elementami, które powinien zawierać opis, są wszelkie rozpoznawalne przedmioty – wszystko to, co z łatwością można zauważyć i nazwać: ludzie, zwierzęta, elementy krajobrazu, takie jak niebo, drzewa. Na opis składają się również cechy tych i innych obiektów wizualnych. Współczesne dzieła abstrakcyjne rzadko pokazują nam rzeczy, które mają pospolity lub standardowy wygląd, dlatego opisowi poddawane są również inne elementy wizualne, które są zauważalne – linie, kolory, tekstury, kształty czy formy.

Przymiotniki stosowane do określenia cech obiektów również powinny być neutralne, lecz oddawać ich istotę i zwracać uwagę na ich specyfikę. Poszczególne detale mogą być określone jako: pionowe, okrągłe, owalne, gładkie, ciemne, jasne, kwadratowe, poziome. Do tych części dzieła włączony powinien być również opis właściwości technicznych. Należy skupić się na odpowiedzi na pytanie, w jaki sposób dzieło zostało wykonane, jakie narzędzia bądź media wykorzystano.

Opis ma nie tylko wprowadzić czytelnika do analizowanego dzieła, lecz również dać czas autorowi, by ten przyjrzał się dokładnie obrazowi, bez jego oceny i interpretacji. W zależności od tego, jak skrupulatnie został przygotowany opis, kolejny krok może być znacznie łatwiejszy do zrealizowania.

Drugą fazą jest analiza formalna, tu również autor powinien wystrzegać się ocen i interpretacji. Na tym etapie celem jest ukazanie, jak współdziałają ze sobą poszczególne części pracy. To opis zależności między poszczególnymi strukturami i kształtami. Analizie podlegają związki między wszystkim tym, co widzialne. Istotne są relacje wielkości, porównanie rozmiarów może dać wgląd w znaczenie poszczególnych części, gdyż to, co większe, zwykle wydaje się ważniejsze. Ważne

są szczegóły i skrajności, największe i najmniejsze elementy, a także ich lokalizacja w przestrzeni obrazu.

Należy zwrócić uwagę na relacje kształtów, w jaki sposób są łączone. Będzie to miało wpływ na ostateczną opinię i interpretację znaczenia całości. W analizie kształtów istotna jest ich równowaga i możliwe wzajemne uzupełnianie: elementy krągłe i kanciaste, spiczaste i obłe, krawędzie gładkie i postrzępione. Jak w opisie, również w tej części mogą zostać określone: twarde, miękkie, równe lub nierówne.

Obok kształtów ważne są również kolory i ich relacje. Obraz może być w jednej tonacji lub mogły zostać użyte kontrastowe barwy. Nie tylko sam kolor ma tu znaczenie, istotna jest również intensywność barw i ich zestawienie. Omówione również powinny zostać relacje między teksturami powierzchni, których obrobienie może być faktyczne lub iluzoryczne. Powierzchnie mogą być spójne w całym dziele lub kontrastować. Ostatnim elementem, który podlegać może analizie formalnej dzieła sztuki, są relacje przestrzeni i objętości – rozmieszczenie elementów w dziele, analiza położenia poszczególnych elementów i kompozycja całości, tło, na którym rozmieszczone zostały inne obiekty, przestrzeń nakreślona w dziele, perspektywa, plany i nakładania się przedmiotów, a także światło i cień. Przestrzeń może być nieokreślona, pozornie otwarta i nieskończona lub też mieć ograniczenia, być zamknięta.

Celem opisu i analizy formalnej jest jak najbliższe i najdokładniejsze przyjrzenie się dziełu, a także spowolnienie tendencji do wyciągania wniosków. Wszystko to, co zostało zgromadzone w tych dwóch punktach, zostanie wykorzystane do interpretacji krytycznej i oceny, które są kolejnymi krokami.

Interpretacja jest następnym po analizie formalnej etapem i równocześnie najbardziej kreatywną częścią pracy. Celem jest określenie, jakie znaczenie mają wszystkie wyżej wymienione elementy i relacje między nimi. Jest to również przestrzeń do stawiania hipotez dotyczących dzieła. Wśród pytań, na które odpowiedzi mogą znaleźć się w interpretacji, są kwestie związane z „dużym” pomysłem, większą koncepcją, w ramach której powstało dzieło. Interpretowany jest również wpływ, jaki obraz może mieć na odbiorcę, emocje, które przekazuje, oraz rozważenie kwestii obrazu jako przeżycia estetycznego. Istotne jest również omawianie dzieła w kontekście innych reprezentacji nurtu bądź epoki.

Ostatnim etapem jest ocena. Feldman uważał, że należy opierać się na filozofii sztuki, nie zaś na własnych preferencjach czy upodobaniach. Opisuje on trzy filozofie sztuki, które wydają się przydatne w kontekście wydawania krytycznych osądów. Są to: formalizm, który podkreśla znaczenie formalnych cech i elementów wizualnych sztuki, ekspresjonizm, według którego uwagę należy zwrócić ku znaczeniu komunikowania idei i uczuć w przekonujący i zdecydowany sposób, oraz instrumentalizm – związany z podkreślaniem znaczenia intencji społecznej lub użyteczności dzieła.

Analizę metodą Feldmana wieńczą uwagi końcowe, podsumowanie tekstu z dbałością o jego konstrukcję i spójności. Realizacja wszystkich czterech etapów

pozwoli na dokładne zbadanie dzieła artystycznego, rozdzielenie interpretacji i ocen od ustaleń faktycznych. Systematyzuje myślenie o sztuce i umożliwia przeprowadzenie klarownego wywodu analizującego dzieło.

4.1.3. Metoda Feldmana w odniesieniu do radia artystycznego

Krytyka radiowa i analiza dzieł sztuki radiowej są działaniami wyrosłymi z pracy nad tekstami literackimi i teatralnymi. Pozbawione wizualności i słowa pisanego dzieła omawiane są na podstawie dostosowanej do tej sztuki metodologii.

Założenia krytycznej metody Feldmana, w szczególności czteroetapowy układ tekstu i założenia poszczególnych kroków, mogą zostać zaadaptowane do innych rodzajów przekazu artystycznego. Chociaż sztuki wizualne, takie jak malarstwo czy grafika, do których pierwotnie odnosił się Feldman, zdają się pełnym przeciwieństwem sztuki dźwiękowej bądź radiowej, przełożenie metody jest jednak możliwe po wcześniejszej zmianie elementów podlegających analizie.

Celem dostosowania systemu do wymagań sztuki audialnej powtórnie prześledzę proces analizy, tym razem jednak uwzględniając właściwości radia. Gatunkami, do których będę się odnosić, są słuchowisko radiowe, reportaż radiowy, feature, czyli reportaż artystyczny, oraz eksperymentalne formy radia artystycznego: eksperyment radiowy (Kowalska 2019) i eksperymentalne odmiany powyższych gatunków.

Przed rozpoczęciem analizy przyjrzeć należy się stylom, o których mówił Feldman. Już na wstępie konieczne jest wprowadzenie zmian oraz doprecyzowanie pojęć i porządków zaproponowanych przez twórcę metody. W odniesieniu do sztuki radiowej bądź dźwiękowej kluczowe będzie rozpoznanie genologiczne i odpowiednie przyporządkowanie audycji do konkretnego gatunku lub jego odmiany. Po zidentyfikowaniu audycji kolejnym krokiem jest zwrócenie się ku porządkom, do których odnieść należy się w tekście:

- 1) obiektywna dokładność dokumentacji w przypadku dzieł dokumentalnych lub quasi-dokumentalnych,
- 2) postaciowanie w przypadku dzieł fikcyjnych,
- 3) formalny porządek: konstrukcja i montaż dzieła,
- 4) rodzaj świata przedstawionego: realistyczny bądź fantastyczny.

W teorii Feldmana, po przemyśleniu powyższych punktów, dzieło zaczyna kojarzyć się z jednym z nich. Może tak stać się również podczas analizy dzieła radiowego, jednak bardziej prawdopodobne jest, że wszystkie te komponenty zostaną uwzględnione w zasadniczej części analizy i wpłyną na ostateczną ocenę dzieła. Są to bowiem konstrukty istotne i w każdej niemal pracy radiowej konieczne do zrealizowania, różnić się będzie ich natężenie i wzajemne relacje. Oczywiście jest, że w fikcyjnym słuchowisku nie będzie podlegać ocenie dokładność dokumentacji, jednak wszystkie inne kategorie powinny zostać uwzględnione.

Opis, analogicznie do oryginalnej teorii, zawiera obiektywne lub aksjologicznie neutralne stwierdzenia dotyczące danej pracy. Wyklucza interpretacje i oceny, a zamiast tego stanowi inwentarz zawartości dzieła pracy. Celem jest wskazanie na pojedyncze elementy konkretne. Pierwszym z takich elementów, najbardziej wyraźnym i dostrzegalnym są postaci. Istotne jest, czy dzieło opowiada o postaciach rzeczywistych czy fikcyjnych. Co ważne, postaci rzeczywiste mogą być odgrywane przez aktorów, będzie to miało znaczenie dla przynależności gatunkowej dzieła. Wraz z postaciami pojawia się głos i gest foniczny, czyli „odpowiednik wizualno-dźwiękowych zachowań człowieka” (Bardijewska 2001: 58), ma on na celu wyrazić to, czego słowa nie mogą (Bardijewska 2001: 58).

Temat audycji jest kolejnym elementem opisu. Należy zwrócić uwagę, czy poza przedstawioną opowieścią audycja wpisuje się w jakiś większy przekaz, propaguje pewne idee czy może zwraca uwagę na problem społeczny, walczy z uprzedzeniami, przypomina o zapomnianych. Związek z „większą sprawą” powinien jednak pozostać w bezpośrednim połączeniu z dziełem i, na etapie opisu, nie powinien być efektem interpretacji audycji. Reportaż radiowy może opowiadać historię konkretnego bohatera, który może materializować się głosowo w dziele lub pozostać jego tematem bez udzielenia głosu. Podobnie autor reportażu może niejako schować się za historią bądź stać się jednym z głosów w dziele.

Obok postaci i ich głosu istotnym tworzywem dźwiękowym są dźwięki otoczenia stanowiące scenografię dźwiękową, która mówi, gdzie akcja się rozgrywa, tworzy w wyobraźni słuchacza scenę teatru radiowego.

W artystycznych dziełach radiowych zarysowana zostaje również przestrzeń foniczna, która tworzy rzeczywistość foniczną, realistyczną bądź w pełni wykreowaną. Przestrzeń foniczna wyrażana jest dźwiękami naturalnymi, takimi jak głos czy dźwięki natury, pogłosy, echo (Bardijewska 2001: 68). Bardijewska wyróżnia osiem rodzajów przestrzeni fonicznej w słuchowisku radiowym (2001: 68–69):

1) przestrzeń obiektywna – zewnętrzna wobec bohaterów, materialna, realna, tworzy świat bohaterów, warunkuje ich postawy, zachowania, działania;

2) przestrzeń otwarta – określona, konkretna, tworzona przez dźwięki świata zewnętrznego, takie jak odgłosy natury, dźwięki towarzyszące pracy, dźwięki cywilizacyjne (np. pojazdy);

3) przestrzeń zamknięta – wewnętrzna (dom, mieszkanie, zakład, cela, szkoła), tworzą ją dźwięki dla niej charakterystyczne, w tym dialogi;

4) przestrzeń jednoplanowa – jedność miejsca i czasu, niezmiennosc miejsca akcji jest dramaturgicznie istotna, wpływa bowiem na działania postaci: buduje nastrój zagrożenia, pułapki;

5) przestrzeń zmienna – charakterystyczna dla słuchowisk z dużą liczbą postaci, towarzyszą jej zwroty akcji. Może być to przestrzeń ciągła, której zmienność nie narusza jedności czasu akcji (np. wędrówka), lecz równie często jest sfragmentaryzowana, wieloplanowa, introspektywna;

6) przestrzeń nieokreślona – niekonkretna, abstrakcyjna, uogólniona, najczęściej tworzona jest przez symbole lub słowa, pozbawiona jednoznacznych skojarzeń;

7) przestrzeń subiektywna – wewnętrzna, psychologiczna, jest wytworem świadomości postaci, jego wyobraźni lub pamięci, przez co jest niezależna od otoczenia;

8) przestrzeń symboliczna – syntetyczna, wieloznaczna, abstrakcyjna, silnie związana z konwencją utworu, powstaje na skutek silnej deformacji rzeczywistości realnej.

W opisie przestrzeni powinna zostać zidentyfikowana i określona, podobnie jak dźwięki ją tworzące, naturalne i abstrakcyjne. Wśród dźwięków abstrakcyjnych znajdują się wszelkie modyfikacje głosów, zabiegi edycji dźwięku i inne odgłosy niemające źródła w świecie naturalnym. Na opis audycji składa się również użyta muzyka i wszelkie efekty dźwiękowe. Opis obejmuje również metody, za pomocą których dzieło zostało skomponowane, w tym należy zwrócić uwagę na kompozycję i dyspozycję (Pleszkun-Olejniczakowa 2012: 158–159) dzieła. Dyspozycja to układ elementarnych zdarzeń świata przedstawionego w porządku chronologicznym, zaś kompozycja to taka kolejność zdarzeń, w jakiej zostały przedstawione w dziele. Opracowanie tych elementów da podstawę do przeprowadzenia analizy formalnej utworu, która stanowi kolejny etap pracy metodą Feldmana.

Analiza formalna zawiera wypowiedzi na temat relacji między elementami, które pojawiły się w opisie. Poruszone powinny zostać kwestie związane ze sposobem ukazania tematu w kontekście wprowadzonych postaci, zintensyfikowania ewentualnych modyfikacji głosu bohaterów i sposobu wykorzystania gestów fonicznych.

Nie bez znaczenia jest wpływ przestrzeni na postaci, jak rodzaj otoczenia fonicznego wpływa na zachowanie bohaterów i ich działania, w jakim miejscu zostali oni przedstawieni i jak skonstruowana została dźwiękowa scena.

Analiza wskazuje również na podobieństwa i różnice w aspektach formalnych poszczególnych scen i porusza kwestie związane z narracją. Powinna dawać odpowiedź na pytanie, czy narrator jest ekstra- czy intradiegetyczny, hetero- czy homodiegetyczny, jaka jest jego relacja z bohaterami i focalizacja (Bal 2012; Kowalska 2019). W reportażu radiowym i feature narratorem może być autor dzieła, jego bohater lub obsadzony w tej roli aktor, co również powinno zostać zdiagnozowane podczas analizy dzieła.

Należy zwrócić uwagę na ciągłość, integralność dzieła, czyli elementy powracające w trakcie trwania dzieła, powtórzenia i połączenia pomiędzy tymi formalnymi elementami a jego przedmiotem. Zastosowane mogą być metafory dźwiękowe. Metafora dźwiękowa to rodzaj zabiegu audialnego, w którym autor – poprzez użycie go w odpowiednim kontekście lub z pewną powtarzalnością – nadaje dźwiękowi znaczenie, którego pierwotnie nie posiadał. Wówczas dźwięk-symbol wskazywać może na inne, wybrane przez autora, zjawisko, obiekt

czy postać. Również elementy powtarzalne niebędące metaforami dźwiękowymi mogą stać się tropami interpretacyjnymi, dlatego niezbędne jest ich wychwylenie na tym etapie pracy.

Interpretacja jest trzecim krokiem metody Feldmana. Część ta dotyczy znaczenia dzieła, jest to najbardziej kreatywna część krytyki. Korzysta z hipotez, założeń na temat dzieła oraz wprowadza popierające je argumenty oparte na dowodach podanych w opisie i analizie formalnej. Interpretacji poddać należy temat w kontekście ewentualnej „większej idei”, sposób wprowadzenia i przedstawienia postaci, a także powód, dla którego zostały umieszczone w konkretnej przestrzeni fonicznej. Znaczenie niosą wszelkie powtórzenia fragmentów audycji, na przykład w formie serii haseł, które stać się mogą mottem dla audycji, a także włączone do dzieła cytaty dźwiękowe, które, analogicznie do tzw. *found footage*, są istniejącym już materiałem dźwiękowym (lub wyodrębniona ścieżka dźwiękowa z materiału audiowizualnego) i zastosowane zostają w innym materiale audialnym, np. reportażu artystycznym. Istotne są również kwestie estetyki i ewentualnych zabiegów antyestetycznych, częstych w audycjach eksperymentalnych (Kowalska-Elkader 2020).

Reportaż radiowy, jak gatunek dokumentalny, powinien zostać zinterpretowany w kontekście dokumentacji historii, jej dokładności, punktów widzenia i perspektywy, z której ukazano historię. Inne znaczenie i wydźwięk będą miały dzieła autobiograficzne, historyczne czy reportaż śledczy.

Ważna dla przekazu radiowego jest również cisza, która pełnić może różne role w przekazie audialnym. Jest dla słuchacza momentem wytchnienia, może oddzielać sceny, świadczyć o braku lub niemej obecności (Szkłarek 2017). W interpretacyjnej części pracy zbiegają się kompetencje słuchacza radiowego, doświadczenie autora i jego preferencje. Może on prezentować fonocentryczne lub logocentryczne podejście, co wpłynie na postrzeganie elementów dzieła. W interpretacji ważne jest zdekodowanie semiotyczno-audialnych znaków radiowych (Bachura 2009) i przeprowadzenie, choćby w przyczynkowej formie, analizy semiologicznej audycji (Bachura 2010). Nie można pominąć również kwestii montażu, który w artystycznych audycjach radiowych, szczególnie eksperymentalnych, może być równie istotny, co wprowadzone do nich głosy czy postaci.

Etapem kończącym analityczną część pracy jest ocena. Część ta jest najbardziej złożona, wymaga wypracowanej opinii na temat wartości przedmiotu, opartej na tym, co zostało przywołane w poprzednich częściach. Ocenia sztukę i technikę twórców, efekt, z jakim wprowadzone zostały do dzieła odpowiednie elementy czy postaci. Pomocna może być próba odpowiedzi na pytania, na przykład: czy części pracy są spójne? Czy dzieło przekazuje idee, wartości? Czy jest wartościowe artystycznie czy społecznie? Czy jest unikalne? Czy dzieło porusza emocjonalnie? Jaki jest twój estetyczny osąd i na czym się opiera? Jakie są ogólne wrażenia? Co może zostać najsilniej zapamiętane? Czy dzieło było przeżyciem estetycznym? Ocena dzieła oparta jest na wszystkich poprzedzających krokach,

najsilniej jednak na interpretacji, podczas tworzenia której autor wartościuje opisywane zabiegi.

Interpretacja i ocena są etapami realizującymi funkcję operacyjną krytyki według Sławińskiego. By pomyślnie opracować te punkty, należy zdekodować i zrekodować znaki w dziele, co wpłynąć może na odbiór audycji: sposób jego zrozumienia czy interpretacji przez słuchaczy. Funkcja metakrytyczna odnosi się do całego procesu metody krytycznej Feldmana, która zmusza badacza do podążania wytyczoną ścieżką, czerpania z wcześniejszych ustaleń. Właśnie analiza własnych czynności, ich argumentacja, rozwój tekstu stanowią sedno funkcji metakrytycznej. Funkcja postulatywna również realizowana jest w całym tekście. Pierwszy etap pracy określa gatunek, formułowane są zatem postulaty genologiczne i tematyczne. Dezyderaty w części dotyczącej analizy mają naturę formalną, z kolei te przedstawiane w interpretacji lub ocenie dotyczyć mogą innych aspektów, w tym moralnych, społecznych, ideologicznych.

Krytyczna metoda Feldmana jest procesem uwzględniającym zarówno obiektywne fakty zawarte w dziele, analizę poszczególnych elementów, jak i autorską interpretację czy ocenę konstruktów. Pozwala przeprowadzić przez cały proces tworzenia analizy w krokach, w których kolejne działania wynikają z poprzednio ustalonych treści. W zależności od tego, kim jest przeprowadzający analizę i do jakich celów jest ona konstruowana, metoda Feldmana może sprawdzić się zarówno dla krytyka radiowego, jak i badacza sztuki dźwiękowej.

Literatura

- Bachura Joanna (2009), *Semiotyczno-audialne znaki radiowe a rzeczywistość przedstawiona w wybranych słuchowiskach radiowych (motyw lasu)*, „Acta Universitatis Lodzianensis. Folia Litteraria Polonica”, nr 12, s. 397–408.
- Bachura Joanna (2010), *Analiza semiologiczna współczesnego słuchowiska*, „Acta Universitatis Lodzianensis. Folia Litteraria Polonica”, nr 13, s. 475–488.
- Bal Mieke (2012), *Narratologia. Wprowadzenie do teorii narracji*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków.
- Bardijewska Sława (2001), *Nagie słowo. Rzecz o słuchowisku*, Dom Wydawniczy Elipsa, Warszawa.
- Dybczak Krzysztof (2016), *Wokół czy w centrum literatury? Studia o krytyce i esaju*, Wydawnictwo Uniwersytetu Kardynała Stefana Wyszyńskiego, Warszawa.
- Feldman Edmund Burke (1970), *Becoming Human Through art: Aesthetic Experience in the School*, Englewood Cliffs, Prentice Hall, New Jersey.
- Feldman Edmund Burke (1982), *Varieties of Visual Experience*, Englewood Cliffs, Prentice Hall, New Jersey.
- Feldman Edmund Burke (1994a), *Practical Art Criticism*, Englewood Cliffs, Prentice Hall, New Jersey.
- Feldman Edmund Burke (1994b), *Teaching Art and So On*, National Art Education Association, Reston.

- Feldman Edmund Burke (1995), *Philosophy of Art Education*, Pearson, Nowy Jork.
- Kowalska Natalia (2019), *Eksperyment jako gatunek*, „Media Biznes Kultura”, nr 2 (7), s. 41–51.
- Kowalska-Elkader Natalia (2020), *Historie eksperymentalne. Szkice o eksperymentalnych gatunkach radia artystycznego*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź.
- Pleszkun-Olejniczakowa Elżbieta (1998), *Wprowadzenie do rozważań o krytyce słuchowskiej*, „Acta Universitatis Lodzensis. Folia Litteraria Polonica”, nr 1, s. 153–174.
- Pleszkun-Olejniczakowa Elżbieta (2012), *Muzy rzadko się do radia przyznają. Szkice o słuchowiskach i reportażach radiowych*, Primum Verbum, Łódź.
- Sławiński Janusz (1974), *Dzieło – język – tradycja*, Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warszawa.
- Szklarek Katarzyna (2017), *Cisza w dramaturgii radiowej: na podstawie słuchowiska „Drugi pokój” Zbigniewa Herberta*, [w:] *Medialne reprezentacje kultury*, t. 1: *Literatura – teatr – sztuka – religia*, red. A. Duda, R. Szwed, Wydawnictwo Katolickiego Uniwersytetu Lubelskiego, Lublin, s. 67–75.

4.2. Reportaż artystyczny, słuchowisko eksperymentalne i eksperyment radiowy analizowane metodą krytyczną Edmunda Feldmana – *Natalia Kowalska-Elkader*

<https://doi.org/10.18778/8220-429-2.09>

4.2.1. Wprowadzenie

Metoda krytyczna Feldmana zakłada cztery etapy analizy dzieła, każdy kolejny czerpie z ustaleń poprzedzającego go kroku. By możliwie najpełniej oddać założenia metody Feldmana w adaptacji na grunt radiowy, chciałabym przedstawić poszczególne etapy w odniesieniu do różnych form radiowych. Audycjami, które przywołam w niniejszej analizie, są: *Shell Shock*¹ Tomasza Platy, *Coś za każdymi drzwiami*² Joanny Dąbrowskiej-Zadrowskiej i Witolda Zadrowskiego oraz *86400 Seconds Time Zones*³ Chantal Dumas. Celem tego tekstu jest pokazanie w sposób praktyczny, jak można do wybranych form radia artystycznego zastosować proponowane podejście metodologiczne. Pytania badawcze, jakie sobie stawiam, związane są z przekładalnością metody Feldmana na grunt dzieł radiowych oraz efektywnością badania sztuki dźwiękowej i radiowej za pomocą tej metody.

Zestawienie *case studies* różnych form radiowych i opracowanie ich metodą Feldmana pozwala również na ukazanie różnorodności form artystycznych i eksperymentalnych, ich właściwości i zawartości. Co oczywiste, nie jest możliwe zebranie w jakimkolwiek tekście wszystkich reprezentacji radia artystycznego, wybrałam zatem audycje reprezentujące różne gatunki, by na tej podstawie ukazać różnorodność formalną dzieł.

Przed rozpoczęciem analizy przyjrzeć należy się stylom, o których mówił Edmund Burke Feldman (Feldman 1982), twórca analizy krytycznej dzieła artystycznego. W odniesieniu do sztuki radiowej bądź dźwiękowej kluczowe jest rozpoznanie genologiczne i odpowiednie przyporządkowanie audycji do konkretnego gatunku lub jego odmiany. *Coś za każdymi drzwiami* to radiowy reportaż artystyczny, *Shell Shock* jest słuchowiskiem eksperymentalnym, zaś *86400 Seconds Time Zones* można zaklasyfikować jako eksperyment radiowy (Kowalska 2019b). Po zidentyfikowaniu audycji kolejnym krokiem jest zwrócenie się ku porządkom, do których odnieść należy się w tekście:

1) obiektywna dokładność dokumentacji w przypadku dzieł dokumentalnych lub quasi-dokumentalnych, co istotne będzie w przypadku realizacji Dąbrowskiej-Zadrowskiej i Zadrowskiego,

¹ T. Plata, *Shell Shock* (Idea i tekst), Komuna, Warszawa 2018.

² J. Dąbrowska-Zadrowska, W. Zadrowski, *Coś za każdymi drzwiami*, Polskie Radio 1966.

³ Ch. Dumas, *86400 Seconds Time Zones*, Soundproof – ABC Radio 2015.

2) postaciowanie w przypadku dzieł fikcyjnych, które odnieść można zarówno do artystycznego komponentu *Coś za każdymi...*, jak i do słuchowiska *Shell Shock*,

3) formalny porządek: konstrukcja i montaż dzieła, w różnym stopniu wyróżniające się, lecz obecne we wszystkich przywołanych przeze mnie dziełach oraz

4) rodzaj świata przedstawionego: realistyczny bądź fantastyczny, również możliwy do określenia we wszystkich trzech audycjach.

W teorii Feldmana, po przemyśleniu powyższych punktów, dzieło zaczyna kojarzyć się z jednym z nich. W przypadku dzieł radiowych istotne są wszystkie te komponenty, jednak *Shell Shock* najintensywniej korzysta z założeń formalnych i to forma stanowi o jego wyjątkowości, zaś dokładność dokumentacji odgrywa istotną rolę w dwóch pozostałych audycjach.

W pierwszej kolejności chciałabym przyjrzeć się audycji *Coś za każdymi...*, by później przejść kolejno do *Shell Shock* i *86400 Seconds...*

4.2.2. Case study – reportaż artystyczny⁴ *Coś za każdymi drzwiami*

Analizę dzieł należy rozpocząć od ich **opisu** (Feldman 1994a, 1994b, 1995), który zawiera jedynie obiektywne lub aksjologicznie neutralne stwierdzenia dotyczące danej pracy. Elementem najbardziej wyraźnym i dostrzegalnym są postaci. W audycji Dąbrowskiej-Zadrowskiej i Zadrowskiego bohaterami byli: kobieta uratowana z wypadku i świadkowie zdarzenia, 87-latka, która chciałaby dożyć wiosny, matka, która straciła syna, alpinista, młodzi rodzice, były żołnierz i stary zegarmistrz. W dziele pojawia się również narrator, w rolę którego wcielił się Gustaw Holoubek. Wszyscy bohaterowie, z wyłączeniem narratora, są postaciami rzeczywistymi. Narrator jest postacią fikcyjną, nie reprezentuje autorów, którzy pozostają poza dziełem, ani innej realnej osoby. Bohaterowie są anonimowi, w audycji nie padają imiona lub inne szczegóły mogące służyć identyfikacji występujących osób. Tematyka audycji jest eschatologiczna, *Coś za każdymi...* traktuje o sprawach ostatecznych. Narrator został przez autorów nazwany Asmodeuszem, co włącza konteksty biblijne.

Akcja audycji dzieje się w kilku lokalizacjach, każda z nich jest miejscem naturalnym dla bohatera lub związanym z jego opowieścią. Starsza kobieta opowiada o wypadku na stacji kolejowej, a w tle słychać nadjeżdżający pociąg i rozmowy pasażerów. Młodzi rodzice przedstawieni są w rozmównicy telefonicznej, zegarmistrz w swoim zakładzie, a rozpoczęciu opowieści towarzyszą głosy otwieranych drzwi i dzwoneczka zwiastującego pojawienie się klienta.

⁴ Reportaż artystyczny traktuję synonimicznie z pojęciem feature. Zob. Kowalska 2019a.

Osiemdziesiątym siódmym urodzinom bohaterki towarzyszy śpiew *Sto lat*. W audycji nie wykorzystano muzyki, opracowanie dźwiękowe złożone jest z dźwięków naturalnych.

Przestrzeń foniczna w *Coś za każdymi...* różni się w zależności od przywołanej historii. Cała audycja charakteryzuje się zatem przestrzenią zmienną. Posługując się klasyfikacją Sławy Bardijewskiej (2001: 68), dla kobiety, która uniknęła wypadku kolejowego, jest to przestrzeń otwarta: konkretna, tworzona przez dźwięki świata zewnętrznego, w tym wypadku stacji kolejowej. Jednak zegarmistrz przedstawiony zostaje w przestrzeni zamkniętej, wewnętrznej, jest to jego zakład; podobnie jak inni bohaterowie pozostający w swoich mieszkaniach. W zupełnie innej przestrzeni znajduje się natomiast narrator Asmodeusz. Jego obecność charakteryzuje przestrzeń symboliczna, która jest syntetyczna, wieloznaczna, abstrakcyjna, silnie związana z konwencją utworu, powstaje na skutek silnej deformacji rzeczywistości realnej.

Audycja powstała z dwóch rodzajów tworzywa głosowego. Bohaterowie wypowiadają się spontanicznie, naturalnie, nagrania pozyskane zostały metodą reporterską. Natomiast narrator to kreacja aktorska pozostająca w ścisłej relacji z bohaterami rzeczywistymi. Kompozycja utworu jest mozaiką historii połączonych partiami narracyjnymi, wydarzenia nie zostały przedstawione chronologicznie – rzeczywiste sytuacje dzieją się w swoim czasie, a narracja niektóre z opowieści zestawia, sugerując jednoczesność zdarzeń lub to bohaterowie opowiadają je z perspektywy czasu.

Coś za każdymi... to audycja złożona z kilku scenek, w ramach których przedstawieni zostają bohaterowie. Audycję rozpoczyna partia narratora z bezpośrednim zwrotem do słuchacza i zapowiedź opowiedzenia mu pewnych historii. Narrator pyta, które z drzwi otworzyć jako pierwsze, symuluje tym samym dialog z odbiorcą. Pierwszą bohaterką jest sędziwa jubilatka, opowieść poprzedza odgłos otwieranych drzwi i śpiew, a o tym, co dzieje się za drzwiami, informuje narrator. Śpiew milknie, słowa kobiety są jedynym materiałem dźwiękowym.

Niemal każdą z opowieści zapowiada narrator, wciąż zwraca się do słuchacza, między pierwszą a drugą opowieścią mówi: „Milczycie? Pokazałem Wam przecież szczęśliwą rodzinę. [...] Widzicie tamte zniszczone drzwi? To drzwi do sklepiku starego zegarmistrza”. Słowom jego opowieści towarzyszy bicie zegara i dzwonki, podobnie jak w innych opowieściach, scenografia dźwiękowa ograniczona została do dźwięków naturalnych, charakterystycznych dla danego miejsca.

Narrator wprowadza również słuchacza w okoliczności wypadku, z którego mężczyzna uratował starszą kobietę, dynamicznie opisuje jego przebieg, spokojnie puentuje i zadaje słuchaczowi pytanie: „Niestety nie mam wpływu na to, co się teraz wydarzy. To wydarzyło się w przeszłości. [...] O czym teraz myślicie?”. Jest to realizacja funkcji fatycznej, która angażuje słuchacza i podtrzymuje z nim kontakt. Narrator w tym dziele jest ekstradiagetyczny – he-

terodiegetyczny, prowadzona jest narracja najwyższego stopnia. Współczesny Asmodeusz nie był uczestnikiem ani świadkiem wypadku kobiety, podobnie jak nie uczestniczył w konwersacji małżonków w rozmównicy telefonicznej. Audycję kończy partia narracyjna, w której opisane zostają ostatnie drzwi, Asmodeusz nie otwiera ich jednak – za nimi znajduje się przyszłość, której nie zna. Z kolei bohaterowie są narratorami intraautodiegetycznymi, włączeni jako narracje drugiego stopnia do większości opowieści Asmodeusza, opowiadają o swoich przeżyciach.

Audycja pozbawiona jest muzyki, realizacja skupia się na słowie, nie modyfikuje go, nie zniekształca. *Coś za każdymi...* ma charakter artystyczno-dokumentalny, opowieści bohaterów stanowią dokumentalny, reportażowy komponent dzieła, zaś współczesny Asmodeusz jest reprezentacją sfery artystycznej.

Coś za każdymi... to audycja mówiąca o sprawach ostatecznych, które zestawia z radosnymi sytuacjami z życia: urodzinami, narodzinami dzieci. Opowieść zegarmistrza uwypukla znaczenie czasu i motyw przemijania, silnie obecny w dziele. Starość i przemijanie nieczęsto stają się tematem słuchowisk i reportażu radiowych (Pleszkun-Olejniczakowa 2015), niejednokrotnie ich bohaterem jest jednak śmierć, również obecna w przywołanych przeze mnie dziełach.

Audycję rozpoczął zwrot do słuchacza i zapowiedź odkrycia przed nim pokoi, w których mieszczą się historie innych ludzi. Asmodeusz staje się przewodnikiem po „pokojach-życiach”, „pokojach-historiach” bohaterów. Wypowiedzi osób pojawiających się w dziele mają charakter dokumentalny, jednak nie sposób prześledzić dokładność dokumentacji, historie są bowiem nieco symboliczne, poprzez anonimowość bohaterów ukazana jest uniwersalność tych historii.

Brak muzyki w *Coś za każdymi...* uwypukla jej dokumentalny charakter, bohaterom towarzyszą jedynie znane im naturalne dźwięki. Z kolei współczesny Asmodeusz stanowi artystyczną przeciwwagę. Ekstradiegetyczny narrator w *Coś za każdymi...* w pewien sposób wprowadza – zabieg niemożliwy do zastosowania w dziele dokumentalnym – iluzję narratora wszechwiedzącego. Wie, co dzieje się za każdymi z drzwi, podobnie jak zna reakcje słuchaczy.

Joanna Dąbrowska-Zadrowska i Witold Zadrowski to jedni z najciekawszych twórców radiowych lat 60. i 70. XX wieku. W *Coś za każdymi...* postać narratora doskonale łączy w tej audycji przekazywanie informacji z walorami artystycznymi. Asmodeusz jest przewodnikiem słuchacza po tym dziele, wyrazem artystycznego zamysłu twórców. Pomimo dużej zmienności bohaterów i ich różnorodności opowieść jest spójna tematycznie i formalnie. Niełatwa jest tematyka audycji, autorzy wykazali się delikatnością i empatią, uniknęli zachowawczości i trywialności sądów, co wpływa na emocjonalność dzieła. Audycja ta jest ciekawa poznawczo, lecz pokazuje również, że reportaż radiowy lat 60. miał także artystyczną stronę, o czym często badacze, skupieni na społecznych i dokumentalnych egzemplifikacjach, zdają się zapominać.

4.2.3. Case study – słuchowisko eksperymentalne *Shell Shock*

Bohaterami *Shell Shock* są Władysław Strzemiński i Stanisław Ignacy Witkiewicz. Są to naturalnie postaci autentyczne, jednak w audycji przedstawieni zostali „jako kombatanci I wojny światowej, którzy w nowych abstrakcyjnych formach i radykalnych manifestach szukają lekarstwa na pofrontową traumę” (*Shell Shock* Encyklopedia Teatru Polskiego). Bohaterowie wykreowani zostali aktorsko, są oni cytowani w audycji, towarzyszą im również cytaty z futurystów i, chociaż to postaci autentyczne, jest to zsubiektywizowana, alternatywna wizja ich losów. Tematem audycji są zarówno te postaci, jak i ich poglądy, a także alternatywna historia awangardy i wpływ doświadczeń wojennych na sztukę bohaterów audycji.

Przestrzeń w *Shell Shock* jest trudna do określenia. Zbudowana została za pomocą dźwięków abstrakcyjnych, silnie zmodyfikowanych, połączonych z muzyką elektroniczną. Jest to jednocześnie przestrzeń nieokreślona, czyli niekonkretna, abstrakcyjna, uogólniona, najczęściej tworzona jest przez symbole lub słowa, pozbawiona jednoznacznych skojarzeń, lecz nosi również znamiona przestrzeni subiektywnej, wewnętrznej, psychologicznej, może być bowiem częściowym wytworem świadomości postaci, jej wyobraźni lub pamięci, przez co jest niezależna od otoczenia. Dzieło Platy pozbawione jest dźwięków naturalnych.

Shell Shock odchodzi od klasycznej formy słuchowiskowej, fabuła jest nie tylko nielinearna, zostaje właściwie zupełnie rozproszona. Opowieść konstruowana jest poprzez serię haseł, między innymi „Chcemy chwalić pogardę”. Słowa są modyfikowane i urywane, niektóre z fraz zostają powtórzone. Wypowiedzi to jeden z trzech materiałów dźwiękowych wykorzystanych w audycji. W *Shell Shock* pojawia się również wielogłos pozbawiony treści, jest to pozawerbalne, lecz niezupełnie asemantyczne wykorzystanie mowy, stanowi drugi rodzaj materiału dźwiękowego. Trzeci zaś to muzyka włączona pomiędzy wypowiedziami bohaterów. Partie muzyczne są długie, wypełniają pozasłowne przestrzenie i stanowią o charakterze dzieła.

Narracja w słuchowisku jest ekstraautodiegetyczna, a fokalizacja wewnętrzna. Wypowiedzi bohaterów są ich manifestami, apelami, hasłami. Choć przefiltrowane przez perspektywę autorów, mają jednak świadczyć o Strzemińskim i Witkacym, dawać o nich świadectwo.

Jest to utwór na elektronikę i słowo mówione, a opowiedziana w *Shell Shock* historia to jedna z warstw, jednak nie jest ona dominująca. Forma została zupełnie zespolona z treścią, spektakl wypełnia wszelkie założenia słuchowiska eksperymentalnego.

Shell Shock to przedstawienie traumy odbitej w przestrzeni subiektywnej. Z jednej strony ukazana zostaje perspektywa bohaterów, z drugiej jednak została ona przefiltrowana przez wartości i morale autorów.

Istotna zdaje się interpretacja słuchowiska w kontekście tytułu i jego znaczenia. Jak podaje Edgar Jones (Jones 2010), *Shell shock* [pol. „szok pociskowy”]

stał się palącym problemem medycznym i wojskowym na początku I wojny światowej. Termin ten został wymyślony przez samych żołnierzy. Wśród symptomów wyróżniono zmęczenie, drżenie, zagubienie, koszmary senne oraz zaburzenia widzenia i słuchu. Fizyczne objawy przypominają współczesną diagnozę zespołu stresu pourazowego. W słuchowisku również pada definicja, według której „*shell shock* jest wtedy, gdy stanie ci się coś bardzo złego, wybuch albo katastrofa i siedzisz otumaniony, bez ruchu, z martwym wzrokiem, [...] po czymś takim jesteś jak żywy trup”. W tym stanie i próbie poradzenia sobie z nim autorzy widzą inspirację twórczą bohaterów. Sztuka jawi się jako terapia, w ramach której powstają nowe gatunki idealnych sztuk, co ma być sposobem przepracowania szoku pociskowego u Strzezińskiego i Witkacego.

Autorzy zestawili termin ten z prawdopodobieństwem wystąpienia traumy u bohaterów i jej wpływu na ich sztukę. Zaburzenia zmysłów, drżenie czy zmieszanie zdaje się mieć swoje odbicie w strukturze dzieła. Fabuła jest rozproszona, a wypowiedzi urywane. Całość, przynajmniej podczas pierwszego zetknięcia z tego typu formą, może sprawiać wrażenie niejasnej.

Słowa traktowane są jak preparaty (Kowalska 2019b; Kowalska-Elkader 2020). Następuje oderwanie od naturalnego brzmienia i znaczenia słowa, zostają one zmienione, co powoduje odejście od naturalnego, czy też pierwotnego, znaczenia danego materiału fonicznego. Dźwięk nabiera innej treści, zmienia się jego sens i pełnione przezeń funkcje. Leopold Blaustein twierdził, że słowo uczyniło słuchowisko – a później również inne gatunki artystyczne – homocentrycznym (cyt. za: Rosińska 2001: 96), spreparowanie słów zmienia tę perspektywę, stawiając w centrum dźwięk jako taki.

Silne modyfikacje słów sprawiają, że w niektórych partiach hasła przybierają formę libretta do elektronicznych, nieco nawiązujących do *trance*, kompozycji Aleksandry Grünholz, autorki projektu *We Will Fail*. Przywodzi to na myśl stanowisko Bronisława Wiernika, które opublikował w *Antenie* w 1957 roku: „W radiu wszystko jest dźwiękiem. Słowo również [...] Radio jest nowym rodzajem sztuki. Radio to jest dźwięk, [...] Słowo, muzyka, efekt akustyczny, pauza – lub wszystko razem, jako równoprawne elementy” (cyt. za: Błaszczyk 2008: 24).

Forma i treść w *Shell Shock* zostały zrównane, co odzwierciedla w pewien sposób słowa Strzezińskiego i Witkiewicza, które padają w dziele: „Wartością jest forma. Treść nie tworzy formy [...]. Czysta forma, czysta forma, czysta forma”. Można uznać słowa te za motto dzieła.

Shell Shock jest słuchowiskiem powstałym w ramach projektu *Nowe Słuchowiska* Instytutu Teatralnego, jednym z najbardziej zaawansowanych formalnie dzieł cyklu. Spektakl Tomasza Płaty wpisuje się w naturę działań sound artu, sztuki dźwiękowej. Łączy wartości poznawcze i fabularne z estetyką płynącą z formy, artystycznie wartościowe są zabiegi montażowe i relacje pomiędzy zawartością a kształtem. Pozawerbalne wykorzystanie mowy jest dość nietypowe dla teatru radiowego. Forma doskonale odzwierciedla treść i zamysł twórców, co wpływa

na spójność dzieła. Wartości tego słuchowiska widzę w jego eksperymentalnej formie, próbie poszerzenia granic teatru radiowego i wprowadzenia go na grunt sound artu, choć nie sposób odmówić mu również poznawczych funkcji. Słuchowisko *Shell Shock* jest bogato umuzyycznione, w dziele pozostawiono dużo przestrzeni na opracowanie muzyczne. Spektakl jest doświadczeniem estetycznym, artystycznym przeżyciem łączącym walory dźwiękowe i muzyczne.

4.2.4. Case study – eksperyment radiowy *86400 Seconds Time Zones*

Ostatnią audycją jest *86400 Seconds...* Dumas. Audycja opowiada o percepcji czasu i postrzeganiu „teraz”. Autorka zebrała głosy w różnych językach, każdy reprezentujący jedną ze stref czasowych. Słowo mówione jest reprezentacją człowieka, lecz nie konkretnej postaci, w audycji nie zostaje przedstawiony żaden bohater.

Przestrzeń foniczna została zbudowana z głosu ludzkiego, jest to jedyny materiał dźwiękowy w audycji. Jest to przestrzeń nieokreślona i zmienna jednocześnie, ponieważ ilość głosów określa miejsce, którego dotyczy.

Elementy audycji opisane wyżej współlistnieją w ramach jednej struktury i wpływają na siebie w określony sposób. Relacja formy i treści, sposób wykorzystania muzyki czy innych tworzyw dźwiękowych to podstawowe zagadnienia formalne audycji artystycznych.

Eksperyment radiowy *86400 Seconds...* złożony jest z wielu głosów, które liczą w różnych językach. Reprezentują one strefy czasowe, a w zależności od gęstości zaludnienia danej strefy autorka w procesie montażu nakładała na siebie odpowiednio wiele głosów. Głos ludzki jest jedynym tworzywem dźwiękowym 50-minutowej audycji.

86400 Seconds... jest afabularne, akcja nie zostaje zawiązana. Audycja ta została stworzona na dwóch osiach. Pierwsza z nich jest czasowa, prezentowane są strefy czasowe, a głos prowadzi słuchacza przez cały glob. Oś przestrzenna – dośrodkowa – stworzona została poprzez nałożenie odpowiedniej ilości głosów, warstwowe użycie materiału dźwiękowego kreuje plany dźwiękowe i również niesie znaczenie.

Eksperyment radiowy *86400 Seconds...* jest afabularnym, adramatycznym konstruktem formalnym, którego przesłanie formułuje się wyobrażeniowo, wręcz akucyjnię, by posłużyć się terminologią L. Blausteina (Rosińska 2001).

Tytuł odnosi się do liczby sekund w ciągu dnia, z których każda znajduje odzwierciedlenie w audycji. Stanowi to jednocześnie odbicie treści audycji – pewnego rodzaju *mise en abyme* (Pietrzak 2004; Kowalska-Elkader 2020), struktura daje obraz treści.

Oś przestrzenna ukazuje plany i głębię przekazu dźwiękowego. Jest to konstrukcja koncentryczna, która ukazuje, że radio i sztuka dźwiękowa nie wymagają pełnej linearności. W audycji Dumas istotniejsze jest to, co dzieje się jednocześnie niż następujące po sobie zdarzenia słowne, same bowiem słowa nie mają znaczenia.

Eksperymentalne *86400 Seconds*... jest formalnie niezwykle ciekawą audycją, autorka wykazała się dużą precyzją podczas montażu dzieła. Materiałów dźwiękowych w audycji jest niewiele, oparte są na ludzkim głosie. Jednak samych głosów jest bardzo dużo. Siła tej audycji leży w nowatorskim pomyśle, a skrupulatność w odzwierciedleniu stref czasowych ukazała dokładność montażu i spójność konceptu. Zdaje się, iż ideą audycji było formalne opracowanie świata, jego równoczesności, zmienności, jest to dźwiękowa reprezentacja geografii globu. *86400 Seconds*... jest jednocześnie ciekawe poznawczo i nowatorskie formalnie, unikalne, równie dokumentalne, co eksperymentalne. A zestawienie tych cech niewątpliwie wpływa na atrakcyjność jego odbioru.

Audycje, które stanowiły przedmiot analizy zawartej w tym tekście, reprezentują różne gatunki radiowe. Łączy je jednak artystyczna forma oraz dokumentalna poniekąd treść. Silnie związana z rzeczywistością jest treść *Coś za każdymi*..., słuchowisko *Shell Shock* przedstawia alternatywny pogląd na autentycznych bohaterów, z kolei *86400 Seconds*... jednocześnie bezpośrednio i metaforycznie opisuje czas i jego właściwości. W każdym z tych dzieł inaczej zorganizowana została przestrzeń foniczna, inaczej zostali przedstawieni bohaterowie lub nie pojawiali się w ogóle. Ich zestawienie, w formie przyczynkowej i na wybranej jedynie próbce materiału, przedstawiło różnorodność form artystyczno-dokumentalnych i eksperymentalnych.

Literatura

- Bardijewska Sława (2001), *Nagie słowo. Rzecz o słuchowisku*, Dom Wydawniczy Elipsa, Warszawa.
- Błaszczuk Bolesław (2008), *Eugeniusz Rudnik. Studio Eksperymentalne Polskiego Radia*, album CD, Polskie Radio.
- Feldman Edmund Burke (1982), *Varieties of Visual Experience*, Englewood Cliffs, Prentice Hall, New Jersey.
- Feldman Edmund Burke (1994a), *Practical Art Criticism*, Englewood Cliffs, Prentice Hall, New Jersey.
- Feldman Edmund Burke (1994b), *Teaching Art and So On*, National Art Education Association, Reston.
- Feldman Edmund Burke (1995), *Philosophy of Art Education*, Pearson, Nowy Jork.
- Jones Edgar (2010), *Shell Shock at Maghull and the Maudsley: the origins of psychological medicine*, „Journal of the History of Medicine and Allied Sciences”, Vol. 65, Issue 3, s. 368–395.
- Kowalska Natalia (2019a), *Forma i treść. Polski i zagraniczny feature radiowy oraz jego odmiany gatunkowe*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź.
- Kowalska Natalia (2019b), *Eksperyment jako gatunek*, „Media Biznes Kultura”, nr 2 (7), s. 41–51.
- Kowalska-Elkader Natalia (2020), *Historie eksperymentalne. Szkice o eksperymentalnych gatunkach radia artystycznego*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź.

- Pietrzak Przemysław (2004), *Opowiadanie w opowiadaniu. Mise en abyme i narratologia*, [w:] *Opowiadanie w perspektywie badań porównawczych*, red. Z. Mitosek, Universitas, Kraków, s. 187–196.
- Pleszkun-Olejniczakowa Elżbieta (1998), *Wprowadzenie do rozważań o krytyce słuchowskiej*, „Acta Universitatis Lodzensis. Folia Litteraria Polonica”, nr 1, s. 153–174.
- Pleszkun-Olejniczakowa Elżbieta (2015), „*Starość (i śmierć) jest piękna*” – na antenie, [w:] *Medialne reprezentacje kultury. Literatura – teatr – sztuka – religia*, t. 1, red. A. Sugier-Szerega, Wydawnictwo Katolickiego Uniwersytetu Lubelskiego, Lublin, s. 53–65.
- Rosińska Zofia (2001), *Blaustein. Koncepcja odbioru mediów*, Prószyński i Ska, Warszawa.
- Shell Shock*, Encyklopedia Teatru Polskiego <http://www.encyklopediateatru.pl/przedstawienie/71161/shell-shock> [dostęp: 30.12.2019].

TECHNIKA ANALIZY ARTYSTYCZNYCH GATUNKÓW RADIOWYCH

5.1. Technika analizy i sposób opisu artystycznych gatunków radiowych – *Joanna Bachura-Wojtasik i Kinga Sygizman*

<https://doi.org/10.18778/8220-429-2.10>

5.1.1. Wprowadzenie

Nasze rozważania dotyczą narracji radiowych wykorzystujących w różnym stopniu element dokumentalności, czerpiących z autentycznych nagrań i źródeł w różnej mierze, do których z perspektywy genologii dziennikarskiej¹ zalicza się audialne gatunki artystyczne – reportaż, słuchowisko, feature. Chciałybyśmy już na początku rozdziału zaakcentować, że jest to dopiero pierwszy krok w metodologicznych ustaleniach, a nasza koncepcja wymagać będzie dalszego rozwinięcia i zoperacjonalizowania, by osiągnąć wymiar empirycznej techniki badawczej. Interesuje nas forma, kształt, wykorzystanie semiotycznej materii dźwiękowej do budowania radiowych opowieści, granice realizmu i kreacji w dźwiękowym dokumencie, fakt i fikcja jako rodzaje partnerskie decydujące o swoistości i tożsamości narracyjnych form radiowych. Skupimy się przede wszystkim na radiowym reportażu jako gatunku opartym na prawdziwych historiach i bohaterach, który poprzez wybraną przez autora formę nabiera cech perswazyjności i oddziałuje przede wszystkim w sferze emocjonalnej na odbiorcę, oraz na słuchowisku, głównie dokumentalnym – gatunku fabularnym o literackich korzeniach, ale w przypadku odmiany dokumentalnej, opowiadającym historie prawdziwe, które wydarzyły się w rzeczywistości. Analiza radiowych audycji artystycznych prezentowanych przez radiofonie polską i zagraniczną, między innymi na konkursach międzynarodowych², pozwala

¹ Genologia dziennikarska i genologia medialna – zob. Wojtak 2019: 93–102.

² Autorki tekstu miały możliwość wielokrotnie uczestniczyć w prestiżowym międzynarodowym festiwalu połączonym z konkursem radiowym *Prix Europa: The European Broadcasting Festival* w Berlinie, gdzie brały udział w przesłuchaniach audycji zgłoszonych do kategorii Radio Fiction, Radio Documentary, Radio Current Affairs. Analiza artystycznych form audialnych tam prezentowanych pozwala zauważyć pewne tendencje związane z organizacją materii dźwiękowej i dokonać kategoryzacji polskich audycji korzystających z materii dokumentalnej na tle audycji międzynarodowych.

na – oczywiste skądinąd spostrzeżenie – o różnorodności formalnej reportażu i słuchowisk. Owa wielopostaciowość dotyczy też, co nas szczególnie interesuje w tym opracowaniu, sposobów **wykorzystywania materii dokumentalnej i łączenia jej z tworzywem fikcyjnym**. Współcześnie bowiem wielokrotnie reportaż korzysta z elementów słuchowiskowych, a teatr radiowy z tematów i nagrań z rzeczywistości (zob. Bachura-Wojtasik 2017: 81–94; 2016: 184–212). Nie ulega wątpliwości, że każda audycja artystyczna, której autor korzysta z faktów, jest formą **artystycznego ich przetworzenia**. Organizacja materii audialnej odbywa się zawsze wedle twórczej koncepcji autora, której celem jest przekazanie informacji, historii w estetycznej formie. Podstawowym celem komunikacyjnym realizowanym przez teksty wliczone do dyskursu artystycznego³ jest – jak piszą Grażyna Habrajska i Aleksy Awdiejew – wywołanie u odbiorców **przeżycia estetycznego**. Pod tym względem teksty te mają charakter autoteliczny (są celem samym w sobie) i w odróżnieniu od innych powstających w obrębie pozostałych dyskursów na ogół nie mają przeznaczenia użytkowego (zob. Habrajska 2018; Awdiejew, Habrajska 2006).

5.1.2. Technika badawcza

Wybrana przez nas **technika badawcza**⁴ pozwala określić w narracyjnych formach audialnych relacje między „prawdą” a „zmyśleniem”, stylistykę utworów, retorykę montażu, kompozycję dzieła. Celem rozdziału jest wskazanie wyznaczników i kategorii pozwalających na zaproponowanie techniki analizy i sposobu opisu artystycznych narracji w radiu oraz przedstawienie ich **rudymenarnego podziału względem twórczego przetworzenia faktów i wykorzystania w reportażu i słuchowisku treści o różnym pochodzeniu i statusie**. Wyznacznikiem podziału stał się **montaż**. Zwracamy uwagę, iż w tekście **nie analizujemy montażu jako rozwiązania syntagmatycznego o charakterze formalnym**, choć zdajemy sobie sprawę, że współczesna narratologia medioznawcza poświęca temu zagadnieniu sporo uwagi (m.in. koncentruje się na formułach analitycznych, kategorialnych, argumentacyjnych, fabularnych, bada powiązania między elementami należącymi do różnych trybów semiotycznych). Interesują nas wybory paradygmatyczne dokonane przez autorów – **łączenie i zestawianie elementów o zróżnicowanym statusie ontologicznym treści**, z których montowane są audycje. Ma to też pewien aspekt syntagmatyczny, wszak montaż jest podstawową kategorią organizacji substancji dźwiękowej, zatem nie możemy pominąć kwestii strukturalnych rozwiązań narracyjnych. Niemniej jednak kategorią nadrzęd-

³ Radiowy dyskurs artystyczny budują właśnie radiowe gatunki artystyczne.

⁴ Zob. Lisowska-Magdziarz 2013: 27–42.

ną będzie dla nas **stosunek do faktów**. Ze względu na ramy niniejszego szkicu nie rozwijamy kategorii związanych z poetyką narracyjnych form radiowych, pozostawiamy takie kwestie jak **kompozycja dzieła**⁵, **rozpoczynanie i kończenie opowieści, narracje odautorskie oraz sceny w audycji**⁶ na oddzielne opracowanie.

„Kod genetyczny” reportażu i słuchowiska pozostaje w zasadzie odmieniny. Reportaż jest gatunkiem *stricte* dokumentalnym i w praktyce komunikacyjnej bazuje na przedstawieniu realistycznym. Słuchowisko z kolei prezentuje fikcyjny świat przedstawiony. Opozycja fikcyjności i przedstawienia realistycznego stanowi stały układ odniesienia i określa dokumentalny bądź fabularny modus danego tekstu kultury. O tym, czy słuchacz ma do czynienia z czymś dziejącym się naprawdę, czy z opowieścią zmyśloną, w zasadzie orientuje się w niedługim czasie po zanurzeniu w historię. Zdarza się również bardzo często, że taki sygnał otrzymuje przed rozpoczęciem audycji w formie swoistego paratektu⁷. W trakcie odbioru, choćby podświadomie, weryfikuje kwestie prawdy lub zmyślenia w danym utworze. Należy zwrócić uwagę na **stopień organizacji dzieła**, który – jeśli jest rozbudowany – nadaje dziełu niepowtarzalny charakter i głębszy sens metaforyczny. Stąd też nasze zainteresowanie wzajemnymi inspiracjami wypływającymi z „genetyki” danego gatunku i następnie strategiami realizacyjnymi, które mają olbrzymi wpływ na odbiór całości.

Naukowe badania nad dźwiękowymi narracjami pozwoliły nam wyekscerpować następujące **pytania problemowe**: czy dokument radiowy jest bytem odrębnym i autonomicznym względem nurtu fabularnego? Czy radiowe narracje dokumentalne i narracje fikcyjne nawzajem się wykluczają? Czy też stanowią dwa komplementarne względem siebie żywioły twórczości wpisujące się w system tekstów kultury dźwiękowej? Jaką wartość ma twórczość dokumentalna dla radiowej fikcji? Czy radiowy reportaż jako specyficzna gałąź twórczości, wyposażona w to, co ma w sobie najlepszego i najbardziej szlachetnego, jest w stanie wpłynąć na kierunki poszukiwań radiowych fabuł oraz na ich gatunkowy ciężar? I jedno z ważniejszych dla nas pytań – jakie są techniczne możliwości artystycznego przetwarzania przez autora faktów i czemu służą stosowane zabiegi?

⁵ W tym budowanie dramaturgii, punkt kulminacyjny, punkty zwrotne, których celem jest zatrzymanie uwagi odbiorcy.

⁶ Sceny w audycji dynamizują opowieść, uzupełniają słowo bohatera, metaforycznie możemy powiedzieć, że „budują obrazy” w wyobraźni słuchacza. W dziennikarskiej praktyce polegają one na towarzyszeniu reportażysty swojemu bohaterowi w zajęciach, które ten wykonuje. Celem jest sportretowanie dźwiękowe bohatera w działaniu.

⁷ Klasyfikacje gatunków paratektowych w mediach zaproponowała Iwona Loewe, w tym między innymi zapowiedź audycji. Zob. Loewe 2007.

Przyjęta przez nas technika badawcza, dopełniona – choć w mniejszym stopniu – narzędziami interpretacyjnymi, pozwala znaleźć odpowiedzi na wyżej zaproponowane pytania. Interpretacja treści konkretnych utworów ujawnia różne perspektywy, znaczące miejsca dla sensu dzieła. Odpowiednio przeprowadzona analiza powinna służyć potwierdzeniu badawczych hipotez i znaleźć uzasadnienie w interpretacji audycji.

5.1.3. Materiał badawczy

Artystyczne gatunki audialne doczekały się w ostatnich latach kilku naukowych opracowań. Szczególnie wartościowe są prace Elżbiety Pleszkun-Olejniczakowej, twórczyni naukowego zespołu badawczego, skupionego wokół opracowywania teorii radioznawczych. Obok prac E. Pleszkun-Olejniczakowej, z której ostatnia nosi tytuł *Muzy rzadko się do radia przyznają. Szkice o słuchowiskach i reportażach radiowych* (zob. 2012) i traktuje o artystycznych gatunkach dźwiękowych z perspektywy zarówno genologicznej, jak i antropologicznej oraz filozoficznej, warto także wskazać prace innych badaczy ukierunkowanych – w mniejszym lub większym stopniu – radioznawczo. Myślimy tu choćby o wybranych pracach Violetty Wejs-Milewskiej (2007), Jacka Kopcińskiego (zob. 2008), Eweliny Godlewskiej-Byliniak (zob. 2012), Barbary Zwolińskiej (zob. 2014) i Janusza Łastowieckiego (zob. 2019).

Zaproponowana przez nas technika badawcza i sposób opisu narracji audialnych okazują się użyteczne przy badaniu reportażu i słuchowisk, których głównym producentem jest Polskie Radio⁸, w tym Studio Reportażu i Dokumentu Polskiego Radia oraz Teatr Polskiego Radia, jak również szesnaście publicznych rozgłośni regionalnych. Zwracamy uwagę na wzrastające zainteresowanie podcastingiem w Polsce (zob. Stachyra 2017: 29–41), różną formą tych przekazów, w tym również realizowanych z dużą dbałością o kompozycję, dramaturgię i wykorzystanie radiowych środków wyrazu⁹. Zatem prognozujemy, iż propozycja metodologiczna może okazać się przydatna do badania nie tylko tradycyjnych gatunków radiowych, ale także form, których powstawanie jest pokłosiem rozwoju nowych technologii.

5.1.4. Technika analizy

Nim przejdziemy do omówienia zagadnień analitycznych, należy wyjaśnić, jak rozumieć **kreacyjność** w artystycznych gatunkach audialnych? Bowiem to właśnie ona zdeterminuje nasze teoretyczne ustalenia. Kreacyjność to sposób

⁸ Stacje komercyjne nie emitują tego typu gatunków radiowych.

⁹ Zob. m.in. pierwszy polski reporterski serial podcastowy *Śledztwo Pisma*, <https://sledztwopisma.pl/> [dostęp: 5.02.2020].

autorskiego przetwarzania niestylizowanej rzeczywistości fizycznej, która jako taka jest tematem i materiałem konkretnego dzieła sztuki radiowej. Jak zauważa Jerzy Tuszewski, „jednym z elementów procesu twórczego reportażu, jest kreacja, a więc sposób przetworzenia materiału z rzeczywistości, podczas którego autor ujawnia swój stosunek do wykorzystanych faktów” (2007). Analiza audycji radiowych pozwala zauważyć, że ten stosunek jest różnorodny – dotyczy z jednej strony rodzaju użytej materii faktograficznej, z drugiej jej usytuowania wśród pozostałych elementów tworzywa audialnego.

Nie jest tak, że jedynie słuchowskowej fikcji przysługuje *ex definitione* atrybut przetwarzania rzeczywistości jako rezultat autorskiej kreacji. Obserwujemy tendencję również odwrotną, w której radiowy dokumentalista podejmuje działanie twórcze¹⁰, rozpoznaje na nowo rzeczywisty świat przedstawiony, nadaje mu charakter indywidualny, odtajniający niejako głęboko ukryte prawdy, nie zawsze do końca uświadamiane. Reportażysta poprzez odpowiednio dobraną i skomponowaną formę dzieła jest w stanie przekazać prawdę nie fragmentaryczną czy też związaną z jedną konkretną historią, ale uniwersalną prawdę o człowieku i świecie.

Zmiany i **eksperymentowanie z formą**, jakie możemy obserwować na gruncie audialnych gatunków artystycznych, mają istotne znaczenie dla kierunku ewolucji radia artystycznego w ogóle. Zauważamy, że **fabuła i dokument** nie stanowią na gruncie radia artystycznego światów oddzielnych, ale wzajemnie się **inspirują**. Inspiracja jest dwutorowa: z jednej strony przenika się **świat przedstawiony, tematy**, a z drugiej – **forma dzieł**. Należy podkreślić, że bez względu na to, czy mamy do czynienia z dokumentem, czy z fikcją – w twórczości audialnej liczy się nowatorcki pomysł, umiejętność wpływania na emocje słuchacza, pobudzenie w nim refleksyjności, przekazanie ważnego, uniwersalnego przesłania, prawda przekazu oraz zaskakująca inwencja, dramaturgiczna forma i oryginalne spojrzenie na konkretną historię. **Konwencja realizacyjna** stanowi jedną z podstawowych kategorii, w których należy doszukiwać się punktów styčných fabuły i dokumentu. Z jednej strony mamy do czynienia ze stylizacją na dokument (w przypadku fikcji), z drugiej – z fabularyzacją (w przypadku dokumentu). W różny sposób wykorzystywane są przez twórców elementy przynależne każdemu z gatunków, co pokażemy w dalszej części szkicu, ale – to należy podkreślić – radio artystyczne stoi na straży respektowania generalnych zasad, które decydują o wiarygodności przekazu, nie pozwalają na manipulowanie prawdą i zafalszowywanie prezentowanej rzeczywistości.

¹⁰ Zwracamy uwagę, że jest to działanie odmienne niż podczas przygotowywania reporterskiej informacji, dużo słabiej uorganizowanej, czy nawet publicystyki z dość klarownie przypisaną jej typizacją. Formy artystyczne – jak mawiają radiowi praktycy – to utwory przynależne do „radiowej arystokracji”.

W **montażu** – a ta kategoria stała się nadrzędną dla niniejszych rozważań – odkrywają się głębsze sensy dzieła¹¹. Montaż pozwala na kreowanie znaczeń¹², nadaje dziełu formę swoistej architektury przekazu. E. Pleszkun-Olejniczakowa zwróciła uwagę, iż to, co m.in. odróżnia reportaż od słuchowiska, to okoliczność, że ten pierwszy nigdy nie ma swego pratekstu (zob. 2009: 253). Ów reportażowy brak pratekstu podkreśla ontologiczną specyfikę i trudność pracy nad reportażem i radiowym dokumentem. Brak tekstu pierwotnego warunkuje wręcz użycie montażu jako *conditio sine qua non*. Istnienie bowiem pierwotnego scenariusza niweluje w pewnym stopniu trudności realizacyjne. Dokonuje się wówczas nagrania (i odsłuchania) tylko tego, co nakazuje tekst pierwotny¹³. Inaczej rzecz ma się w reportażu radiowym: zarejestrowane godziny nagrań trzeba następnie odsłuchać – od razu zakładając, że większość materiału nie zostanie wykorzystana, dokonując selekcji, trzeba bowiem wybrać te fragmenty nagrań, które najskuteczniej podkreślają ideę autora. Nie podlega też dyskusji teza, że montaż jest zabiegiem najsilniej **nacechowanym znakowo** oraz że w ogromnym stopniu od jego skutków zależy **powodzenie całego artystycznego przedsięwzięcia**. Montaż urasta do rangi najpoważniejszego wyzwania, przed jakim staje autor reportażu audialnego, ale również autor scenariusza oryginalnego słuchowiska¹⁴, a następnie reżyser¹⁵. Pragniemy zwrócić uwagę na **twórczą**, w rozumieniu znakowym, moc montażu i podkreślić ustalenia Jurija Łotmana, że „w dziele nie ma niczego przypadkowego” (1984: 29). Zarówno w dokumencie, jak i w fikcji montaż oraz odpowiednia kompozycja nadają dziełu spójność semantyczną, są warunkiem zaistnienia „nieograniczonej semiozy” (zob. Barthes 1986: 333), odsyłania jednych znaków do kolejnych i w finale do skonstruowania „filmu bez obrazu”, powstania dźwiękowej opowieści, która zacieka odbiorcę, nie pozwoli mu się w niej zagubić i przekaże ważne, uniwersalne przesłanie, skłoni do refleksji.

Obserwacja audycji polskich i zagranicznych pozwala nam na zaproponowanie następującej klasyfikacji montażu, która uwzględnia walor jakościowy (w tym konwencję realizacyjną) danej opowieści oraz wykorzystanie w radiowych narracjach treści o odmiennym pochodzeniu i statusie:

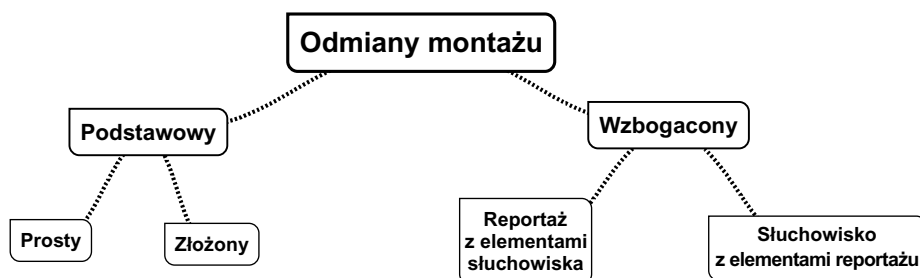
¹¹ Parafraza myśli Marii Zmarz-Koczanowicz, która mówiła: „[...] materiał prowadzi nas w jakimś kierunku [...] w montażu odkrywają się głębsze sensy filmu” (zob. Mąka-Malatyńska 2005: 205).

¹² Zob. rozważania o montażu jako kreatorze znaczeń: Sygizman 2018: 177–180.

¹³ Aktorzy, podobnie jak reżyserzy, pozwalają sobie oczywiście na pewną swobodę w stosunku do tekstu scenariusza, niemniej nie wpływa to na utrudnienia podczas prac nad edycją dźwięku.

¹⁴ Słuchowisko oryginalne – takie, którego scenariusz został napisany z myślą o możliwościach i ograniczeniach medium radiowego. Przeciwnieństwo: słuchowisko adaptacyjne.

¹⁵ Zob. o typologii montażu słuchowiskowego: Bachura 2012: 239–251.



Schemat 1. Odmiany montażu w radiowej fikcji i w radiowym dokumencie

Źródło: Propozycja autorek tekstu.

Montażem **podstawowym** określamy taki, który realizowany jest jedynie na podstawie materii dokumentalnej. Autor audycji korzysta z nagrań, których sam dokonał w celu stworzenia audycji, ale wykorzystuje też dźwięki, odgłosy, wypowiedzi pierwotnie wcześniej wyemitowane, zaprezentowane, opublikowane. Istotne jest to, że wszystkie one są autentyczne. W montażu podstawowym nie ma elementów fikcyjnych, nie ma scen słuchowiskowych. Jeśli pojawia się głos aktora, to jedynie jako prezentującego głosowo teksty pisane (pamiętniki, listy, itp.) użyte w dokumencie. Materia wykorzystana w montażu podstawowym jest więc różnorodna, dlatego ten rodzaj jej organizacji proponujemy podzielić jeszcze na dwie podkategorie: **montaż prosty i złożony**.

Montaż **podstawowy prosty** wykorzystuje twórczo zarejestrowane przez autora audycji. Są to wypowiedzi świadków, dźwięki akustyczne otoczenia, sceny z udziałem bohaterów audycji. Całość może być wzbogacona warstwą muzyczną. Chciałybyśmy podkreślić, że bazowanie na podstawowym radiowym systemie semiotycznym, elementarnym dźwiękowym zapleczu i z niego komponowanie opowieści nie jest bynajmniej przeciwieństwem „radiowej sztuki”. Nie zawsze do opowiedzenia historii potrzebne są poszukiwania oryginalnej formy i kreowania za jej pomocą nowych znaczeń. Często do przekazania prawdy historii wystarczy sprawne posługiwanie się podstawowym rzemiosłem radiowca i umiejętne komponowanie opowieści z usłyszanymi i zarejestrowanymi wypowiedziami.

W montażu **podstawowym złożonym** autor posiłkuje się różnorodną autentyczną materią dodatkową, przez niego nie zarejestrowaną, taką jak np. fragmenty pamiętników, dzienników, listów, archiwaliów, audycji radiowych czy telewizyjnych. Wszystkie te elementy tworzywa, aby mogły zostać wykorzystane w audycji, muszą niejako zaistnieć po raz drugi jako składnik danej audycji radiowej. Można więc powiedzieć, że autor tej audycji nadaje im „drugi byt”, powtórne istnienie. Czasem musi zmienić ich pierwotny status ontologiczny, na przykład z formy pisanej na dźwiękową (w przypadku wszelkich dokumentów, których byt pierwotny jest pisany) lub audiowizualnej na audialną (w przypadku

wykorzystania fragmentu filmu czy audycji telewizyjnej). Innym razem nadaje im po prostu drugi byt audialny (np. przy wykorzystaniu fragmentów radiowych serwisów informacyjnych). Zawsze jednak mówimy o dodatkowym przetworzeniu tej dokumentalnej materii, o artystycznej ingerencji w ich pierwotne istnienie.

Niejako w opozycji do audycji zmontowanych przy użyciu montażu podstawowego stoją te, których artystyczne przetworzenie dzieje się na podstawie **montażu wzbogaconego**, a więc łączący elementy dokumentalne z fikcjonalnymi. Obie warstwy narracyjne tych opowieści, a więc słuchowiskowa i reportażowa, istnieją w dziele na tych samych prawach, są od siebie zależne, uzupełniają się i dopiero ich współlistnienie tworzy pełny artystyczny przekaz audialny. Łączenie autentycznych nagrań ze słuchowiskowymi scenami jest wyrazem kreatywności twórcy, a niekiedy i koniecznością. Sceny słuchowiskowe, oparte na autentycznych dokumentach, są czasem jedyną możliwością przedstawienia zdarzeń z przeszłości, przy udziale osób, które już odeszły. Audycje na podstawie montażu wzbogaconego można podzielić na dwie kategorie: **reportaży** wykorzystujących **elementy słuchowiskowe** i **słuchowisk**, w których scenariusz ma podłoże w dokumentalnych przekazach, wykorzystujących **fragmenty autentycznych nagrań**. Prawda opowieści jest najważniejszą i najszlachetniejszą wartością narracyjnych form audialnych. Tego kryterium nie zastąpi nic nieznacząca atrakcyjność formalna, która w żargonie dziennikarskim określana jest pretensjonalnie „wydmuszką”. Niekiedy jednak forma z wysokim stopniem artystycznego zorganizowania jest w stanie wydobyć to, co najcenniejsze. Forma oraz kompozycja dzieła kondensuje refleksję nad rzeczywistością, wydarzeniami, bohaterami. Artystyczny kreacyjny sposób przetworzenia oznacza sposób pogłębiony, który pozwolił na wycyzelowanie autorskiej myśli.

Warto w tym miejscu odnotować dwie istotne kwestie. Zaproponowany podział ma charakter bazowy, jest punktem wyjścia do głębszej, szczegółowej analizy. Każdy z typów montażu można poddać kolejnym zróżnicowaniom na podkategorie wyznaczane przez konkretne audycje, będące wyrazem twórczego przetworzenia faktów przez autora i siły indywidualnego wyrazu. Różny jest procentowy udział części reportażowej i słuchowiskowej w konkretnych audycjach, rozmaita jest materia wykorzystywana do urozmaicenia podstawowych nagrań zarejestrowanych przez twórcę. Trudno mówić o zamkniętej liście podkategorii, gdyż kreatywność radiowych artystów jest ogromna i to zawsze konkretny temat wyznacza sposób jego realizacji. Z tym wiąże się jeszcze jedna, kluczowa uwaga. Używając określeń „prosty”, „złożony”, „podstawowy” czy „wzbogacony”, nie dokonujemy oceny rodzajów montażu. Żaden nie jest bardziej wartościowy od drugiego, lepszy czy wart większej uwagi. Jak bowiem trafnie zauważa Edwin Brys, **czasem powiedzieć mniej, znaczy powiedzieć więcej**: *Less is more, is the message I want to convey*. W formie audycji zawarty jest przecież również przekaz uniwersalny, który pozwala uświadomić sobie, jak wiele można powiedzieć o świecie poprzez jeden los. Oszczędność środków bywa niekiedy najlepszym sposobem

do ukazania pewnych treści. Bywają opowieści, którym tylko ascetyzm formalny pozwala wybrzmieć w pełni, oczarować słuchacza dźwiękiem, poruszyć jego serce i wyobraźnię.

5.1.5. Zakończenie

Na kartach tego rozdziału interesowały nas radiowe narracje dokumentalne oraz fabularne, oparte na twórczym przetworzeniu faktów, nie w izolacji i w sztucznym odseparowaniu genologicznym, lecz jako obustronnie inspirujące i uzupełniające się. Nie chodziło nam, by proponowana technika wskazywała na przewagę i wyższość jednego sposobu realizacji nad drugim (dokumentalizm nad fabularyzacją bądź odwrotnie). Chodziło nam o to, by wskazać na silny **kreacyjny potencjał lokujący się na dwóch przeciwnych biegunach**. Ów potencjał rozkwita i jest uruchamiany tylko wtedy, gdy radiowa sztuka dokumentalna i fabularna nie popada w odosobnienie i nie jest traktowana jako wzajemnie od siebie niezależna. Środki kreacyjnego przetworzenia charakterystyczne dla obu tych sztuk odkrywają przed odbiorcą rzeczywistość na nowo, gdy wzajemnie na siebie oddziałują. Radiowi twórcy: reportażyści, scenarzyści, reżyserzy – co będziemy się starały pokazać w rozdziale analitycznym – używają rozmaitych, dostępnych środków wyrazu w celu odkrycia przed odbiorcą i przekazania z rozważą i wyczuciem prawdy opowieści.

Literatura

- Awdiejew Alosza, Habrajska Grażyna (2006), *Wprowadzenie do gramatyki komunikacyjnej*, t. 2, Oficyna Wydawnicza LEKSEM, Łask.
- Bachura Joanna (2012), *Odsłony wyobraźni. Współczesne słuchowisko radiowe*, Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń.
- Bachura-Wojtasik Joanna (2016), *Literatura audialna między fikcją a niefikcją. „Upowieściowienie” dokumentu a narracje fikcyjne*, [w:] *Między sztuką a codziennością. W stronę nowej syntezy*, t. 1, red. M. Hopfinger, Z. Ziątek, T. Żukowski, Instytut Badań Literackich PAN, Warszawa, s. 184–212.
- Bachura-Wojtasik Joanna (2017), *Apetyt na życie. Rozważania o fikcji i prawdzie w dokumencie radiowym*, [w:] *Gatunki w mediach elektronicznych*, t. 2, red. I. Hofman, D. Kępa-Figura, Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, Lublin, s. 81–94.
- Barthes Roland (1986), *Wstęp do analizy strukturalnej opowiadań*, przeł. W. Błońska, „Pamiętnik Literacki”, z. 4, s. 327–359.
- Brys Edwin, *The mechanic of emotion* [maszynopis powielony w posiadaniu autorek artykułu].
- Godlewska-Byliniak Ewelina (2012), *Teatr radio-logiczny Tymoteusza Karpowicza*, Wydawnictwo Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa.
- Habrajska Grażyna (2018), *Dyskurs artystyczny*, [w:] *Dyskurs artystyczny*, red. G. Habrajska, Primum Verbum, Łódź (ebook), s. 13–50.

- Kopciński Jacek (2008), *Nasłuchiwanie. Sztuki na głosy Zbigniewa Herberta*, Biblioteka „Więzi”, Warszawa.
- Lisowska-Magdziarz Małgorzata (2013), *Metodologia badań nad mediami – nurty, kierunki, koncepcje, nowe wyzwania*, „Studia Medioznawcze”, nr 2 (53), s. 27–42.
- Loewe Iwona (2007), *Gatunki paratekstowe w komunikacji medialnej*, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice.
- Łastowiecki Janusz (2019), *Specyfika odbioru słuchowiska radiowego na przykładzie polskich realizacji gatunku*, Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń.
- Łotman Jurij (1984), *Struktura tekstu artystycznego*, przeł. A. Tanalska, Warszawa.
- Mąka-Malatyńska Katarzyna (2005), *Kamera jest niemal jak długopis. Rozmowa z Marią Zmarz-Koczanowicz. Rozmawiała Katarzyna Mąka-Malatyńska*, [w:] *Klucze do rzeczywistości. Szkice i rozmowy o polskim filmie dokumentalnym po roku 1989*, red. M. Hendrykowska, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Adama Mickiewicza, Poznań, s. 199–206.
- Pleszkun-Olejniczakowa Elżbieta (2009), *Demiurg czy cicerone? O sensie i sposobach istnienia słowa i tekstu audialnego na antenie*, [w:] *Słowo w kulturze współczesnej*, red. W. Kawecki, K. Flader, Warszawa, s. 251–272.
- Pleszkun-Olejniczakowa Elżbieta (2012), *Muzy rzadko się do radia przyznają. Szkice o słuchowiskach i reportażach radiowych*, Primum Verbum, Łódź.
- Stachyra Grażyna (2017), *Podcasting jako technologia audio. Perspektywy rozwoju*, „Studia Medioznawcze”, nr 1 (68), s. 29–41.
- Sygizman Kinga (2018), *Kilka uwag o semantyce dźwięku*, [w:] *Język w radiu. Antologia*, red. M. Kita, I. Loewe, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice, s. 175–186.
- Tuszeński Jerzy (2007), *„Rzeczom pozornie małym nadać rangę wielkich”, czyli o niektórych aspektach reżyserowania radiowych form dokumentalnych*, [w:] *Seminarium Reportażu poświęcone prezentacji i dyskusji warsztatowej nad radiowym dokumentem artystycznym*, Kazimierz Dolny [maszynopis powielony w posiadaniu autorek artykułu].
- Wejs-Milewska Violetta (2007), *Radio Wolna Europa na emigracyjnych szlakach pisarzy: Gustaw Herling-Grudziński, Tadeusz Nowakowski, Roman Palester, Czesław Straszewicz, Tymon Terlecki*, Arcana, Kraków.
- Wojtak Maria (2019), *Wprowadzenie do genologii*, Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, Lublin.
- Zwolińska Barbara (2014), *Na początku był dźwięk. Twórczość radiowa Feliksa Netza*, Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk.
- <https://sledztwopisma.pl/> [dostęp: 5.02.2020].

5.2. Dokument(alność) a kreacyjność artystycznych audycji radiowych autorstwa Katarzyny Michalak i Marty Rebzdy – Joanna Bachura-Wojtasik i Kinga Sygizman

<https://doi.org/10.18778/8220-429-2.11>

5.2.1. Wprowadzenie

W artykule analizie poddane zostaną audialne narracje ukształtowane w różne formy radia artystycznego – reportaż, słuchowisko, ale też czerpiący z obu gatunków radiowy feature¹⁶. Naszym celem jest ukazanie sposobów konstruowania tworzywa audialnego, tak by z jednej strony czytelnie przekazać zamierzone treści, z drugiej zrobić to w estetycznej formie, skupiając uwagę odbiorcy na trwającej przeciętnie pół godziny opowieści. Zaprezentujemy, jak w kolejnych narracjach budowana jest dynamika przekazu, na podstawie jakich przeciwstawnych wartości autor tworzy oś dramaturgiczną – tzw. *actant model* (zob. Klimczak 2011: 82). W tym celu posłużymy się omówioną w części teoretycznej **techniką analizy i sposobem opisu audialnych form narracyjnych**. Analizę audycji na podstawie tej techniki wyznaczać będzie kategoria **artystycznego przetworzenia faktów** i zaproponowana przez nas **klasyfikacja montażu** jako podstawowej organizacji substancji dźwiękowej. Podział form narracyjnych wyznacza szczególnie interesujący nas element – **kreacyjności**, która wyrażona zostaje poprzez twórcze wykorzystanie autentycznej materii audialnej, często poprzez zestawienie jej z fabularną warstwą słuchowiskową.

Artystyczne czy twórcze przetworzenie faktów definiujemy jako artystyczną organizację tworzywa wedle autorskiego pomysłu, czemu służą różne poziomy montażu. To montaż komponuje całość o uniwersalnej wartości. Dlatego też nie powinno dziwić pytanie Elżbiety Pleszkun-Olejniczakowej: „Kto wie czy nie jest on [montaż] w ogóle najważniejszym zabiegiem i najpoważniejszym wyzwaniem przed jakim staje [autor]” (2009: 266)? Zarejestrowana fonicznie rzeczywistość skomponowana zostaje wedle reguł dramaturgicznych, w mniej lub bardziej artystyczny sposób, w zależności od tego, jakiemu rodzajowi przetworzenia podda autor fakty. Przetworzenie faktów jest zatem rodzajem wizji autora, który – poprzez artystyczną węg inderencję – przenosi je na wyższy poziom interpretacji. Jerzy Tuszewski uważa, iż proces twórczy składa się ze swego rodzaju potrójnego działania:

- 1) wyboru tworzywa i tematu,
- 2) kreacji, czyli sposobu przetworzenia materiału z rzeczywistości, o czym rozstrzyga stosunek autora do faktów,
- 3) kompozycji, czyli dążenia do ukształtowania zorganizowanej celowo struktury (Tuszewski 2007: maszynopis powielony).

¹⁶ O feature z perspektywy genologii – zob. Kowalska 2019.

5.2.2. Cel badawczy

Wykorzystanie w reportażu i sluchowisku tekstów o różnym pochodzeniu (z różnych źródeł) i statusie ontologicznym jest tematem niniejszego rozdziału. Postaramy się odpowiedzieć na pytania: jaki jest w omawianych audycjach stosunek autorów do faktów oraz w jakiej relacji względem siebie pozostają elementy dokumentalne i fikcyjne. Naszym celem jest wskazanie różnorodnych sposobów przetworzenia faktów w audialnej narracji. Kreatywność twórców – choć ograniczona formalnymi wyznacznikami gatunkowymi i kwestią artystycznego smaku – jest z pewnością duża, o czym świadczą dokonywane przez nich wybory paradygmatyczne.

Analizie poddane zostaną audycje dwóch dziennikarek Polskiego Radia – **Katarzyny Michalak**¹⁷ i **Marty Rebzdy**¹⁸. Obie są twórczyniami kreatywnymi i znaczącymi w świecie artystycznych form radiowych. Obie szukają nowych form wyrazu, podejmują się realizacji różnorodnych tematów. Jedna – K. Michalak – realizująca głównie reportaże, druga – M. Rebzda – tworząca przede wszystkim dla Teatru Polskiego Radia. Obie jednak nie boją się przekraczania granic gatunkowych, czerpią obficie z możliwości audialnych radia.

5.2.3. Technika analizy na podstawie montażu podstawowego

5.2.3.1. Montaż podstawowy prosty

Montaż podstawowy podzielony został na dwa rodzaje: prosty i złożony.

Kategorię podstawowej prostej edycji materiału dźwiękowego reprezentują audycje K. Michalak *Nasza Wiktoria*¹⁹ i *Cicha noc*. Pierwszy reportaż jest opo-

¹⁷ K. Michalak – doktorantka na Wydziale Politologii UMCS, reportażystka Polskiego Radia Lublin, popularyzatorka sztuki świadomego słuchania. Jest autorką blisko dwustu audycji emitowanych w rozgłośniach Polskiego Radia, rozgłośniach niemieckich i Radiu Czeskim. W latach 2011–2015 była polskim przedstawicielem w Komisji do spraw Dokumentu Radiowego (Euroradio Features Group) przy Europejskiej Unii Nadawców. W latach 2011–2018 pełniła funkcję kierownika Redakcji Reportażu Polskiego Radia Lublin. Laureatka znaczących nagród ogólnopolskich i międzynarodowych, m.in.: Prix Italia, Prix Europa, Prix Marulić, Prix Bohemia, Grand Press, Złoty Mikrofon.

¹⁸ M. Rebzda – reportażystka radiowa i telewizyjna. Ze Studium Reportażu i Dokumentu Polskiego Radia związana od 2011 roku. Od 2015 roku, również autorka sluchowisk (w Teatrze Polskiego Radia od roku 2017). Sluchowisko *Do gwiazd* jej autorstwa reprezentowało polską radiofonię na festiwalu Prix Italia i Prix Europa w 2016 roku, a *Dziewczynka* było nominowane do nagrody Prix Europa w roku 2018. Laureatka nagrody za scenariusz oryginalny sluchowiska *Żaba* – Festiwal „Dwa Teatry” Sopot 2019.

¹⁹ Na temat audycji – zob. Sygizman 2020.

wieścią o dziewczynce, Wiktorii, która zginęła w drodze do szkoły potrącona przez samochód na przejściu dla pieszych. Audycję otwiera scena zarejestrowana w miejscu zdarzenia – rodzice dziewczynki tłumaczą młodszemu córkom, gdzie się teraz znajdują i dlaczego – wraz osobami, które domagają się oznaczenia przejścia sygnalizacją świetlną – palą znicze przy drodze. **Wielogłos** od razu wprowadza słuchacza w problematykę audycji, z jednej strony indywidualną – rodzinnej tragedii, z drugiej uniwersalną – zwracając uwagę na problem społeczności mieszkającej w konkretnej dzielnicy Lublina, ale nie tylko. Te wątki nie wyczerpują jednak tematyki audycji, której **actant model** podbudowany jest zestawieniem śmierci i życia. Jak bowiem dowie się słuchacz w toku rozwoju opowieści, narządy Wiktorii zostały przekazane do transplantacji, jej serce, ale też inne organy stały się szansą dla innych na nowe życie. Zanim jednak odbiorca zapozna się z tym zagadnieniem, pojawiającym się jako kompozycyjny punkt zwrotny, poprzez – bogate w wizualne szczegóły – wypowiedzi rodziców Wiktorii pozna dziewczynkę, zarówno jej wygląd, jak i zainteresowania. Mama i tata przybliżą okoliczności poprzedzające tragiczne zdarzenie, sam moment wypadku, ale także jego następstwa. **Montaż** opowieści zbudowany jest właśnie głównie **na trzonie narracji rodziców dziewczynki**, szczególnie mamy. Warstwę werbalną uzupełniają dokonane na potrzeby audycji rozmowy dziennikarki z panią prokurator, tłumaczącą szczegóły postępowania i lekarką, która podejmuje wątki związane z przeszczepem organów. Konstrukcję opowieści uzupełniają sceny z rodzinnego domu dziewczynki. Pełne naturalności i dynamiki obrazy dźwiękowe ukazują relacje rodziców z dziećmi i pozwalają słuchaczowi poznać codzienne środowisko życia Wiktorii. Montaż uzupełnia sporadycznie pojawiająca się delikatna muzyka, skomponowana na potrzeby audycji przez wybitnego realizatora dźwięku Artura Giordano, a także narracja odautorska, napisana i przeczytana przez K. Michalak, która wprowadza pewne wątki, przedstawia postaci lub wyjaśnia niektóre kwestie. W audycji nie pojawiają się żadne dodatkowe elementy, których pierwotny status – aby mogły zostać użyte w reportażu – musiałby zostać przeformułowany. Twórcze przetworzenie faktów w *Naszej Wiktorii* polega na selekcji zarejestrowanego na potrzeby tejże audycji tworzywa i jego artystycznej, zgodnej z regułami audialnej dramaturgii, organizacji. Montaż reportażu cechuje poszanowanie dla ciszy i gestów fonicznych wyrażających – delikatnie, acz sugestywnie – odczucie bohaterów. Ten „spokój kompozycyjny” wyznacza dramaturgię opowieści, którą kończą dźwięki z życia rodziny.

Narracja nie zawsze bywa elementem audycji wpisujących się w model podstawowego prostego montażu. Taki – pozbawiony odautorskiego tekstu – schemat prezentuje reportaż *Cicha noc* K. Michalak. To opowieść skonstruowana na podstawie trzech indywidualnych historii matek wychowujących niepełnosprawnych, choć silnych fizycznie synów. Montaż zbudowany jest z wypowiedzi pań: Zofii, Ireny i Moniki, tworząc uniwersalną narrację o trudnej matczynej miłości, skomponowaną na dynamice przeciwieństw: siły i bezsilności, nadziei i lęku, ale

także radości i umęczenia płynącego z tego rodzicielstwa. Opowieści kobiet o ciąży, rozpoznaniu niepełnosprawności, codzienności i samotności – wszak ojcowie w różny sposób wycofali się z opieki nad chłopcami – w końcu o lęku o przyszłość synów uzupełniają sceny ilustrujące relacje matek z dziećmi, codzienne zmagania, trud opieki przez dwadzieścia cztery godziny na dobę, ale przede wszystkim rodzicielską miłość. Takie bardzo sugestywne obrazy dźwiękowe, w których słowa matki wchodzi w dialog z awerbalnymi odgłosami niepełnosprawnego dziecka, spajają reportaż klamrą kompozycyjną. Oszczędność w doborze tworzywa audialnego wydaje się jedyną słuszną decyzją autorską. Opowieści matek w połączeniu ze scenami rodzicielskiej codzienności niosą tak silny ładunek emocjonalny, że uzupełnianie ich czymś więcej – ponad użytą w audycji spokojną, wybrzmiewającą pod słowem muzyką – byłoby nadmiarem treści i formy. Ten artyzm w przetworzeniu faktów opiera się na **ascetyzmie**.

5.2.3.2. Montaż podstawowy złożony

Montaż podstawowy posiada swoją bardziej rozbudowaną – jeśli idzie o charakter użytego audialnego tworzywa – odmianę, którą określiliśmy jako **złożoną**. Ten rodzaj edycji materiału **wykorzystuje autentyczne materiały niezarejestrowane przez autora reportażu podczas pracy nad nim, pozwalając im zaistnieć ponownie, często w zmienionej ontologicznie formie**, np. kiedy treść pamiętnika, dokumentu pisanego, występuje w wersji werbalnej, przeczytana dla celów audycji przez lektora. Przykładem reportażu zrealizowanych na podstawie montażu podstawowego złożonego są: *Powrót do domu* M. Rebzdy i *Buchta* oraz *Nela*, *Karola* i *Anioł* K. Michalak.

Audycja M. Rebzdy to opowieść o uratowanym dziecku żydowskim, które – z warunków uwłaczających godności, z kołyski pełnej odchodów – zabrała do domu Natalia Roztropowicz, żona i matka czworga wówczas dzieci. Po wojnie zdecydowała się oddać Inkę, bo takie imię nadano dziewczynce, do żydowskiego domu sierot w Łodzi, ale ta dramatyczna decyzja nie dała kobiecie spokoju do końca życia, jaką była przedwczesna śmierć spowodowana chorobą nowotworową. Po odejściu matki poszukiwania „żydowskiej siostry” rozpoczęły – bez skutku – córki. Telefon z Izraela zadzwonił po pięćdziesięciu latach²⁰. Na tworzywo opowieści składają się **trzy warstwy narracyjne**: wspomnienia Stanki, jednej z córek Roztropowicz, przeplatają się one z opowieścią Inki i zapiskami ich matki, czytаныmi przez aktorkę. Historię uzupełniają jeszcze dwa głosy – wypowiedź historyczki, której badania naukowe na temat dzieci Holokaustu przyczyniły się do odkrycia przez Inkę jej tożsamości, a także – przedstawiony przez młodą aktorkę

²⁰ Ta historia stała się kanwą słuchowiska M. Rebzdy *Kto się nie schowa ten kryje* w reżyserii Waldemara Modestowicza; realizacja dźwiękowa Maciej Kubera. Premiera: 24.03.2019.

– fragment listu napisanego przez dziewczynkę z łódzkiego sierocińca do jej polskich rodziców. To właśnie wykorzystane w audycji **urywki pamiętnika i listu czynią montaż złożonym**. Obok organizacji materiału dźwiękowego polegającej na jego kompozycji wykorzystującej opozycję wartości życie – śmierć oraz nadzieja – lęk, M. Rebzda dokonuje twórczego przetworzenia faktów poprzez wykorzystanie tworzywa pierwotnie nieaudialnego. Słowo, którego macierzysty byt jest pisany²¹, zostało wykorzystane powtórnie w nowej formie, dźwiękowej, zyskując wtórną tożsamość i stając się jednym z istotnych elementów konstytuujących opowieść.

Montaż złożony zastosowany został także w reportażu *Buchta* K. Michalak i Magdaleny Geizler-Mowat. Dla opowiedzenia o procederze sprzedawania dzieci w miejscu, gdzie handlowano zwierzętami, autorki posłużyły się **rozbudowanym materiałem audialnym**. Podstawową narrację stanowią wypowiedzi bohaterki audycji, Heleny Piskor, która jako nastolatka dowiedziała się, że została „kupiona na buchcie” i nie jest biologiczną córką swoich rodziców. Pani Helena próbuje odnaleźć matkę i rodzeństwo, a autorki reportażu – pomagając jej w tym – odkrywają mroczne strony życia na wsiach w czasach powojennych. Podczas poszukiwania śladów kobiety reportażystki przeprowadzają wiele rozmów z osobami, które mogą posiadać jakiekolwiek informacje na temat matki Heleny Piskor i okoliczności, w jakich jako noworodek trafiła do drugiej rodziny. Te autentyczne nagrania – wypowiedzi mieszkańców wsi, przedstawicieli urzędów stanu cywilnego, położnej odbierającej porody, kiedy mógł mieć miejsce handel dziećmi, kierownika Agencji Nieruchomości Rolnych, bratanicy przyrodnich rodziców – przeważają w audycji i tworzą skomplikowany obraz społeczności wiejskiej lat 50. Oprócz tych nagrań, które wpisują się w schemat montażu prostego, autorki *Buchty* dokonały twórczego przekształcenia **dodatkowego tworzywa**, które można podzielić na trzy kategorie. Po pierwsze stanowią go, jak w przypadku audycji *Powrót do domu*, **teksty pisane**, wkomponowane w audycję po nadaniu im bytu audialnego – są to: list jednej z autorek do drugiej dotyczący znalezienia interesującego tematu, fragment postu Anny Piskor – córki Heleny – opublikowany w mediach społecznościowych, w którym prosi o pomoc w odnalezieniu biologicznych rodziców jej matki oraz odczytany dokument z Urzędu Stanu Cywilnego. Drugą grupę tekstów stanowią **fragmenty kronik radiowych/telewizyjnych**, ukazujących życie w Polsce socjalistycznej, m.in. w PGR-ach, i stanowiących element propagandy tamtych czasów. Nagrania te zyskują ponowną egzystencję medialną, czasem przy transformacji z przekazu telewizyjnego na radiowy. Ostatnim rodzajem przekształconego tekstu jest **wypowiedź kobiety pracującej na izbie porodowej**, wówczas kiedy matka pani Heleny mogła ją urodzić. Pracownica służby zdrowia **chciała pozostać anonimowa**, nie zgodziła

²¹ Na temat rodzajów słowa w reportażu – zob. Sygizman 2020.

się, by jej autentyczny głos pojawił się w audycji. Dlatego jej słowa werbalizuje w audycji inna kobieta, aktorka. Mamy tu do czynienia z wtórnym bytem audialnym. Autentyczne nagranie radiowe zostaje udźwiękowione ponownie w nowej wersji. To bogate tworzywo audialne spaja narracja odautorska przeczytana przez K. Michalak i spokojna warstwa muzyczna. Dynamikę audycji wyznacza zbliżanie i oddalenie się do prawdy, tworząc uniwersalną opowieść o życiu na powojennej polskiej wsi, gdzie „nadrzędną rolę pełnił pierwotny instynkt przetrwania”²².

Szczególnie rozbudowaną i różnorodną warstwę dźwiękową odnajdzie słuchacz reportażu K. Michalak *Nela, Karola i Anioł*, będącego audialnym portretem niezwyklej dziewczynki, cierpiącej na „zespół nercycowy” społeczniczki, Karoliny Majewskiej. Autorka bloga *NelaKaroli*²³ przegrała walkę z chorobą²⁴, ale pozostawiła po sobie obraz niezwykle pozytywnej i życzliwej osoby, dla której – jak głosi wpis w jej internetowym pamiętniku – życie z chorobą nie musi być smutne. **Osią kompozycyjną reportażu** jest **opozycja** życia i śmierci, radości i smutku, nadziei i jej braku, ale też aktywności i pragnienia działania wbrew chorobie. Audycja K. Michalak zrealizowana została po śmierci Karoliny, dlatego wszelkie **wypowiedzi dziewczynki** użyte tekście **audialnym mają wtórną – dźwiękową – tożsamość**. Wszystkie one – zanim stały się elementem tworzywa reportażu *Nela, Karola i Anioł* – zostały już opublikowane w mediach. K. Michalak wykorzystuje fragmenty audycji dla dzieci *Jasiek*²⁵, w których brała udział Karolina, reportażu wyemitowanego przez telewizję Kręciola TV z udziałem dziewczynki i Jerzego Owsiaka, piosenkę promującą jedną z akcji pomocy dzieciom zorganizowanej przez PR Lublin, ale przede wszystkim urywki bloga Karoli czytane przez aktorkę. Jest też krótkie, ale posiadające ogromną wymowę nagranie głosu dziewczynki na automatycznej sekretarce telefonu ojca: „hej tatku, dzięki za spełnienie marzenia, pa”. Można powiedzieć, że podstawowe tworzywo audycji – takie, które pozwala nam poznać główną bohaterkę poprzez jej wypowiedzi czy reakcje – ma charakter nagrań o artystycznie przetworzonej tożsamości – co jest sytuacją odwrotną od tej, jaką prezentują analizowane wcześniej reportaże wpisujące się w schemat montażu złożonego. Ten **przetworzony ontologicznie materiał audialny** uzupełniają nagrania zarejestrowane przez autorkę. Są to wspomnienia o Karoli osób związanymi z PR Lublin, a także fragmenty jednego

²² Zob. <https://www.radio.lublin.pl/news/na-wlasne-uszy-wieczor-z-reportazem-czwartek-2196641> [dostęp: 10.02.2020].

²³ Blog dziewczynki wciąż istnieje pod adresem <http://nelakaroli.blogspot.com/search?updated-max=2017-06-23T10:11:00-07:00&max-results=7> [dostęp: 10.02.2020].

²⁴ Po śmierci Karoliny Majewskiej utworzono Fundusz *Dobrze, że żyjesz* jej imienia, <http://fdzz.pl> [dostęp: 10.02.2020].

²⁵ *Jasiek* to audycja dla dzieci, która od blisko dwudziestu lat ukazuje się na antenie PR Lublin, <https://www.radio.lublin.pl/ramowka/57d7c095eaca818d4a3c9869> [dostęp: 10.02.2020].

ze spotkania kościelnych, podczas którego to pamięć o dziewczynie jednocy ludzi. Wielość głosów towarzyszy warstwa muzyczna, zróżnicowana w zależności od charakteru wypowiedzi.

Analiza tworzywa trzech audycji wpisujących się model złożonego montażu nie wyczerpuje oczywiście form i sposobów wykorzystania materii audialnej. Raz jeszcze powtórzmy, że to temat i kreacyjność autora wyznaczają granice twórczego przetworzenia faktów.

5.2.4. Technika analizy na podstawie montażu wzbogaconego

Obserwujemy we współczesnej polskiej radiofonii poszerzenie granic gatunkowych i „rozluźnienie” struktury reportażu i audycji dokumentalnej po to, by przy udziale **technik znanych z dzieł fikcyjnych** pełniej i bardziej sugestywnie oddać prawdę opowiadanej historii. Takie zabiegi, jak na przykład: wykorzystanie pamiętnika bohatera, występowanie w dokumencie aktorów, monologi wewnętrzne, odautorska narracja – znane już z montażu złożonego – dopełnione **fabularyzowanymi scenkami słuchowiskowymi** bądź posilkowanie się **nagraniami reporterskimi w dziele fikcyjnym**, stosowane są w **montażu wzbogaconym**. Są wynikiem inwencji twórczej dziennikarza, autora i sposobu potraktowania przez niego prezentowanej historii. W pewnych przypadkach odejście od wymogu bezwzględnej autentyczności jest naszym zdaniem uzasadnione, wpływa na perswazyjność dzieła, pozwala słuchaczowi na doświadczenie intensywnych emocjonalnych przeżyć. Słuchacz „zanurza się” niejako w dźwiękowej opowieści.

5.2.4.1. Reportaż z elementami słuchowiska

K. Michalak w przywoływanych przez nas audycjach *Modlitwa Zapomnianej*²⁶ i *Złoty chłopak*²⁷ znalazła się bliżej bieguna dokumentu niż wielu innych dokumentalistów usiłujących sztucznie osiągnąć efekt pełnego autentyzmu dźwiękowego przedstawienia. W obu pracach odnaleźć można **fragmenty fabularne**, krótkie sceny quasi-słuchowiskowe, **odautorskie komentarze** (odautorska narracja), **wątek osobisty autorki**. *Modlitwa Zapomnianej* to feature (reportaż artystyczny) opowiadający o XIX-wiecznej kompozytorce Tekli Bądarzewskiej-Baranowskiej. Audycja nie jest jednowymiarowa, ale składa się na nią kilka warstw fabularnych, wzajemnie się uzupełniających. Sceny fabularyzowane

²⁶ Nagroda Specjalna Przewodniczącego KRRiT XIV Ogólnopolskiego Przeglądu Twórczości Radiowej w dziedzinie reportażu i dokumentu Kazimierz 2008 oraz Prix Italia. Współautorką reportażu artystycznego jest Dorota Hałasa. Zob. szczegółowo o audycji: Bachura-Wojtasik 2017: 86–87.

²⁷ Główna nagroda w konkursie o Grand Prix Prezesa Polskiego Radia 2013 oraz Prix Marulić. Zob. szczegółowo o audycji: Bachura-Wojtasik, w druku.

przenoszą odbiorcę w czasy XIX-wiecznej stolicy; w nich przekazane zostają informacje o kompozytorce, ale jednocześnie mają walor estetyczny. Narracja odautorska w przypadku tego feature, choć z narracją od autora możemy mieć również do czytania w przypadku montażu prostego, pomaga oddać złożoność minionych czasów i przedstawia osobisty stosunek reportażystki względem bohaterki nagrania.

W *Złotym chłopaku* K. Michalak poszła o krok dalej. Pozwala sobie nie tylko na odautorskie komentarze, ale misternie łączy świat Abrahama Tuszyńskiego **z losem własnej rodziny**, zwłaszcza dziadka, który podobnie jak Abraham był szwecem z podlódzkich Brzezin. Opowieść o Żydzie polskiego pochodzenia, przywracająca tej tragicznie zmarłej postaci tożsamość, pozwoliła dziennikarce na przedstawienie panoramy minionej historii. K. Michalak nagrywała materiał do reportażu w kilku miejscach, między innymi w Brzezinach, ale też w Amsterdamie, by na własne oczy zobaczyć i poczuć atmosferę kina, które stworzył Abraham – Theater Tuschinsky, najbardziej luksusowego kina na świecie. Słuchacz ma wrażenie „zanurzania” w dźwiękowym filmie, w dużej mierze dzięki fabularnym wstawkom. I niezwykle istotny jest w tej audycji dźwięk maszyny do szycia, pierwszej muzyki słyszanej przez Tuszyńskiego, który niczym wehikuł przenosi nas do czasów dzieciństwa autorki, gdy dziadek zamykał się w swojej pracowni i szyl całymi dniami. Dźwięk uruchomionej przez mamę reportażystki maszyny do szycia jest niemal identyczny z odgłosem terkotania starego projektora filmowego. Ten pozornie mało istotny szczegół pięknie kończy opowieść, ma moc metafory, nadaje jej uniwersalności, zapewnia odbiorcę o ciągłości życia i odnajdywaniu w minionej historii wspólnych pierwiastków.

5.2.4.2. Słuchowisko z elementami reportażu

Dokumentalizm jest niekwestionowaną wartością w sztuce i zawiera szereg cennych przymiotów, o których w kontekście dokumentu filmowego pisał Marek Hendrykowski. Powołując się na jego ustalenia, warto wskazać następujące zalety:

- przywiązanie do konkretności;
- wyczulenie na rzeczywistość społeczną;
- autorski szacunek dla faktów;
- poszanowanie twórcy dla bohatera/bohaterów (zob. Hendrykowski 2005: 23).

Radiowi artyści, posiłkując się dokumentalizmem w formach genologicznie fikcyjnych, dążą do przedstawienia świata jak najbliższego prawdziwemu i pragną ukazać swoich bohaterów jako ludzi „z krwi i kości”. Są przekonani, że techniki jedynie fabularne nie wystarczą do przekazania prawdy historii. I tak jest w audycjach M. Rebzdy, stanowiących doskonale egzemplifikacje radiowych gatunków artystycznych, w których to dochodzi do przenikania świata fikcji i prawdy. Montaż w następujących audycjach: *Chaja i Chaim. Opowieść o dwóch liściach*,

*Do gwiazd, Dziewczynka, Kto się nie schowa, ten kryje, Libertango, Żaba*²⁸ określiliśmy mianem **montażu wzbogaconego**, gdyż mamy w nich do czynienia z **połączeniem scenariusza słuchowiska o proveniencji literackiej ze swoistymi nagraniami do reportażu radiowego**. Za każdym razem proporcje między nagraniami reporterskimi a literackimi są różne, zależne od tematu, bohaterów, inwencji autorki. Nie ma jednak znaczenia długość materiału dokumentalnego wykorzystana w audycji w kategoryzowaniu typów montażu. Niezależnie od tego, czy nagrań autentycznych w zrealizowanym materiale będzie dziesięć czy trzydzieści procent, komponowanie całości odbywa się zawsze na tej samej zasadzie. Prace M. Rebzdy nie odurzają stopniem komplikacji poszczególnych warstw, opowieść przez nią prowadzona jest „przezroczyście”, ząbienie prawdy i „zmyślenia” nie przeszkadza historii, wręcz przeciwnie, dostosowuje się do jej rytmu i kierunku opowieści. Przypatrzmy się kilku słuchowiskom dokumentalnym.

*Żaba*²⁹ to literacko przetworzona opowieść o Jacku Żabie, chłopaku, którego psychika nie wytrzymała rzeczywistości politycznej lat 80. i działania Służb Bezpieczeństwa. Zginął śmiercią samobójczą po tym, gdy powtórnie miał trafić do więzienia i odsiedzieć dalszą część kary za to, że w nocy z 12 na 13 grudnia 1986 roku, w piątą rocznicę wybuchu stanu wojennego, wraz z Kazimierzem Krauzem poprzecinał paski klinowe w trzydziestu autobusach w krakowskiej zajezdni na Czyżynach. Punktem wyjścia dla M. Rebzdy były **nagrania reporterskie**, w których Jacek jest wspominany przez osoby znające go i z nim współpracujące w latach 80.: Mariana Tarkę, Kazimierza Krauzego, Macieja Gawlikowskiego, Marię Badyłak, Katarzynę Niegolecką. Oddanie pełnoprawnego głosu tym osobom świadczy o dużym wyczuleniu społecznym autorki i szacunku dla bohatera audycji, na co zwracał uwagę przywoływany wyżej M. Hendrykowski. Ze wspomnień tych wyłania się portret młodego chłopaka, uczynnego, aktywnego, ale nieustannie poszukującego akceptacji. Jacek pochodził z niepełnej rodziny, był niekochany, niezrozumiany, odrzucony przez najbliższych. Przebywał w domu dziecka, był bity przez wychowawców, znany w pogotowiu opiekuńczym, były z nim problemy wychowawcze. Ale mimo wszystkich trudności życiowych miał raczej pogodne usposobienie. Zaangażował się bezkompromisowo w działania „Solidarności” i głęboko wierzył w swą misję. Wielką siłą nagrań reporterskich jest ich **emocjonalny przekaz**, wzmacniający wymowę utworu. Krauze opowiada rzeczowo, ale jego **głos** – coraz bardziej milknący, cichszy, drżący, oddalający się od mikrofonu, gdy zbliża się w swej opowieści do punktu kulminacyjnego, do śmierci Jacka – **odzwierciedla emocje**, daje świadectwo tragedii, która spotkała

²⁸ W tekście ze względu na jego objętość nie analizujemy wszystkich wymienionych słuchowisk autorstwa M. Rebzdy. Wskazujemy natomiast na jej metodę twórczego konstruowania słuchowisk dokumentalnych.

²⁹ Słuchowisko nagrodzone za scenariusz oryginalny na Festiwalu „Dwa Teatry” – Sopot 2019.

Żabę i której Krauze w jakimś stopniu czuje się winny. Ta historia pozostawiła w nim niezatarte piętno.

Nagrania reporterskie spotykają się w audycji z **literackim przetworzeniem faktów**. Odbywa się ono na dwóch poziomach. Po pierwsze są to **sceny słuchowiskowe** na przykład ze szpitala, sali przesłuchań, czy wiecu z udziałem Jacka Kuronia. Po drugie, do słuchowiska dokumentalnego włączony został **biologiczny opis sposobu gotowania żaby**, który – możemy uznać – koresponduje ze stanem świadomości i uczuć głównego bohatera. Zatem montaż i organizacja materiału dźwiękowego polega na doborze i odpowiednim dramaturgicznym skomponowaniu nagrań autentycznych z rzeczywistością literacką, prawdziwą, ale jednak przefiltrowaną przez świadomość i estetykę autorki.

Nagrania reporterskie mają duże znaczenie dla konstrukcji słuchowiska dokumentalnego *Do gwiazd*. One, podobnie jak w przypadku *Żaby*, organizują treść opowieści i odgrywają duże znaczenie dramaturgiczne. W nich wyraża się autorski szacunek dla faktów i bohaterki, która zdecydowała się otworzyć przed dziennikarką. **Rozmowy z Dianą Pitt**, córką Mieczysława Lewandowskiego z drugiego małżeństwa, mają wymiar osobisty, trochę intymny i przybliżają słuchacza do tego, co zdarzyło się między tatą Diany a jego pierwszą miłością i jednocześnie żoną. Diana była ukochaną córką Mieczysława i jej życie zostało mocno naznaczone odległą historią taty i Janiny. Wypowiedzi Diany pozwalają na nowo odnaleźć się odległej przeszłości we współczesności, pokazują, że **historia miniona żyje nadal**. Z kolei **inne dźwięki dokumentalne**, wypowiedzi Jerzego Kaweckiego, patologa, dopełniają treść słuchowiska, **wzbogacają audycję pod względem informacyjnym i zastępują to, co musiałoby się znaleźć w partiach literackich, a co – wydaje się – miałoby słabszą siłę oddziaływania na słuchacza**. Należy podkreślić, że miejsce centralne w utworze *Do gwiazd* zajmuje **człowiek** i jego pojedyncza historia. Z jednej strony jest to historia Diany, która wreszcie „zrzuciła” z siebie ciężar opowieści, jak sama zdradza M. Rebzdzie, z drugiej – historia Janiny i Mieczysława. W warstwie fabularnej audycja opowiada o Janinie Lewandowskiej z domu Dowbor-Muśnickiej, jedynej kobiecie zamordowanej w Katyniu w 1940 roku, i poszukującym jej przez lata mężu, Mieczysławie Lewandowskim³⁰. Ta osobista i poruszająca historia miłości, co warto zaznaczyć, stała się również pretekstem do opowiedzenia o wciąż mało znanej historii Polski z tamtego okresu.

Rebзда ustrukturyzowała swój utwór w korespondującą ze sobą **siatkę odniesień fikcyjnych i dokumentalnych**, które wzbogacają opowiadaną historię właśnie w efekcie łączenia materiałów dźwiękowych o różnej proveniencji. Twórcze przetworzenie faktów uobecnia się także w wykorzystaniu nagrania – radiowego komunikatu o poszukiwaniu Janiny Lewandowskiej, z domu Dow-

³⁰ Więcej na temat audycji *Do gwiazd* – zob. Bachura-Wojtasik 2017: 90–92.

bor-Muśnickiej. Słuchacz ma tu do czynienia z wtórnym bytem audialnym; tak jak było to w przypadku między innymi reportażu *Buchta* (montaż złożony). Komunikat radiowy dostaje niejako „drugie życie”, zaczyna funkcjonować w nowej przestrzeni audycji artystycznej. Kolejnym elementem dopełniającym opowieść i organizującym materię dźwiękową jest list Janiny do Mieczysława z 4 sierpnia 1939 roku, odczytany w słuchowisku przez aktorkę.

Z kolei **fragmenty reportażu, które znajdują nowe otoczenie** i zaczynają „nowe życie” w przestrzeni fabuły słuchowiska, wykorzystane zostały w *Libertangu*. M. Rebzda włączyła do tego słuchowiska fragmenty nagranych wcześniej reportażu, co świadczy o jej przywiązaniu do konkretności, i to wokół nich orientuje się warstwa fabularna tej opowieści. Bohaterowie, pisarz i dziennikarka, poszukują swojej własnej tożsamości, każde na swój sposób czuje się w życiu zagubione, dlatego też ich koleje losu w pewnym momencie łączą się. Hanna przychodzi do Tadeusza, by porozmawiać z nim o jego ostatniej książce, traktującej o dwóch ludzi starszych, którzy po wielu latach spotykają się. W prasie lokalnej M. Rebzda przeczytała historię późnego małżeństwa, pary, która spotkała się po sześćdziesięciu latach. Ich losy rozeszły się w czasach powojennych i nie mieli ze sobą kontaktu. M. Rebzda poprosiła ich, by opowiedzieli o historii swojej miłości. Te autentyczne nagrania wracają w słuchowisku jako fragmenty, które Hanna włącza Tadeuszowi ze swoich wywiadów. Mimo iż nie zajmują one dużo czasu w utworze, to ich znaczenie jest dla *Libertanga* ogromne, to wokół nich bowiem konstytuuje się opowieść fikcyjna, a ich dokumentalność nadaje historii znamion prawdy i autentycznych przeżyć.

O montażu wzbogaconym można mówić także w przypadku słuchowiska dokumentalnego *Chaja i Chaim. Opowieść o dwóch liściach*, które **utkane zostało z materii literackiej – dwojakiego pochodzenia – oryginalnych fragmentów literackich napisanych przez M. Rebzdę** – tj. fabularne sceny słuchowiskowe i narracja napisana na bazie relacji głównego bohatera, który przez całą wojnę prowadził dziennik – **oraz włączonych w tok fabularny słuchowiska: bajki Ole i Trufa, opowieść o dwóch liściach** Isaaca Bashevisa Singera (w tł. Andrzeja Polkowskiego) i **wiersza** Icka Mangera *Na drodze stało drzewo* (w tł. Antoniego Słonimskiego). Materię literacką dopełniają, podobnie jak w przypadku poprzednich słuchowisk, **nagrania dokumentalne z udziałem Chaima Kozienickiego**, polskiego Żyda z Łodzi. Słuchowisko opowiada o tym jak przeżył II wojnę światową: życie w getcie łódzkim i pobyt w obozach koncentracyjnych w Auschwitz, Stutthofie, Stolpie/Słupsku, przez marsz śmierci i wreszcie barki śmierci. Kozienicki wspomina między innymi bar micwę i podarowany przez rodzinę chleb, który odjęli sobie od ust, mówi o Wielkiej Szperze, czy o wyzwoleniu 3 maja 1945 roku, o „wietrze wolności” z opowiadania *Ole i Trufa, opowieść o dwóch liściach*. Obok mądrej i jednocześnie poruszającej, spersonalizowanej lekcji historii, oddającej szacunek autorki dla historii i bohatera, słuchacz otrzymuje opowieść o tym, co najważniejsze w życiu człowieka, miłości (matki

i syna), sile przyjaźni i przywiązania, stąd inspiracja opowiadaniem Singera o miłości właśnie dwóch jesiennych liści, które niebawem mają spaść z drzewa.

Metoda twórcza M. Rebzdy polegająca na wykorzystywaniu montażu wzbo-gaconego staje się poniekąd gwarantem tego, że plan fabularny jej prac bogaty jest w liryzm, czułość dla świata i ludzi, plan dokumentalny z kolei przywołuje autentyczny obraz świata, bez żadnego retuszu. Ustrukturyzowanie audycji na podstawie materiałów różnego pochodzenia zakotwicza audycje w rzeczywistości, by za moment przenieść słuchacza w artystyczno-refleksyjny wymiar, a następnie ponownie powrócić do rzeczywistości oraz przeżyć konkretnych osób.

5.2.5 Zakończenie

Analiza wybranych tylko audycji dwóch autorek audialnych form artystycznych stanowi dowód ogromnej różnorodności formalnej reportażu i słuchowisk korzystających z elementów dokumentalnych. Z kolei zastosowana przez nas technika badawcza umożliwia obserwację sposobów artystycznego przetworzenia faktów. Twórcza organizacja materii audialnej przybiera różne formy, wyznaczane – naszym zdaniem – przez treść opowieści oraz wrażliwość i dojrzałość autora. Możemy śmiało powiedzieć, że obie autorki świadomie wybierają kształt utworu najlepiej dopasowujący się do opowieści. Przetworzenie materii dokumentalnej możliwe jest dzięki montażowi, który przybierać może różne formy, od prostych po bardzo złożone. Przeprowadzana przez nas analiza audycji K. Michalak i M. Rebzdy potwierdza słuszność zaproponowanej przez nas klasyfikacji montażu dzieł audialnych jako sposobu twórczego przetworzenia faktów.

Literatura

- Bachura-Wojtasik Joanna (2017), *Apetyt na życie. Rozważania o fikcji i prawdzie w dokumencie radiowym*, [w:] *Gatunki w mediach elektronicznych*, t. 2, red. I. Hofman, D. Kępa-Figura, Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, Lublin, s. 81–94.
- Bachura-Wojtasik Joanna (2020), *Odzyskać tożsamość. Wybrane reportaże o Zagładzie z Lubelskiej Szkoły Reportażu Radiowego*, [w:] *Trzydzieści. Polska w reportażu. Reportaż w Polsce. Po 1989 roku*, red. E. Pawlak-Hejno, M. Piechota, Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, Lublin, s. 161–173.
- Hendrykowski Marek (2005), *O roli dokumentu we współczesnej polskiej kulturze filmowej*, [w:] *Klucze do rzeczywistości. Szkice i rozmowy o polskim filmie dokumentalnym po roku 1989*, red. M. Hendrykowska, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Adama Mickiewicza, Poznań, s. 13–26.
- Klimczak Kinga (2011), *Reportaże radiowe o krzywdzie i cierpieniu*, Primum Verbum, Łódź.
- Kowalska Natalia (2019), *Forma i treść. Polski i zagraniczny feature radiowy oraz jego odmiany gatunkowe*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź.

- Pleszkun-Olejniczakowa Elżbieta (2009), *Demiurg czy cicerone? O sposobach istnienia słowa i tekstu audialnego na antenie*, [w:] *Słowo w kulturze współczesnej*, red. W. Kawecki, K. Flader, Wydawnictwo Kardynała Stefana Wyszyńskiego, Warszawa, s. 251–272.
- Sygizman Kinga (2020), *Słowo wśród dźwięków. Rodzaje i znaczenie słowa w reportażu radiowym na przykładzie audycji Katarzyny Michalak*, [w:] *Słowo. Struktura – znaczenie – kontekst*, red. E. Szkudlarek-Śmiechowicz, A. Wierzbicka, E. Olejniczak, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź, s. 325–337.
- Tuszeński Jerzy (2007), „*Rzeczom pozornie małym nadać rangę wielkich*”, czyli o niektórych aspektach reżyserowania radiowych form dokumentalnych, [w:] *Seminarium Reportażu poświęcone prezentacji i dyskusji warsztatowej nad radiowym dokumentem artystycznym*, Kazimierz Dolny [maszynopis powielony w posiadaniu autorek artykułu].
- <http://fdzz.pl> [dostęp: 10.02.2020].
- <http://nelakaroli.blogspot.com/search?updated-max=2017-06-23T10:11:00-07:00&max-results=7> [dostęp: 10.02.2020].
- <https://www.radio.lublin.pl/news/na-wlasne-uszy-wieczor-z-reportazem-czwartek-2196641> [dostęp: 10.02.2020].
- <https://www.radio.lublin.pl/ramowka/57d7c095eaca818d4a3c9869> [dostęp: 10.02.2020].

CZĘŚĆ II

BADANIE KOMUNIKACJI – INTERDYSYCYPLINARNIE

METODA KOMUNIKATYWISTYCZNA W BADANIU IDEOLOGII

6.1. Konstruowanie profilu ideologicznego jako metoda badania dyskursu politycznego – *Anita Filipczak-Białkowska*

<https://doi.org/10.18778/8220-429-2.12>

6.1.1. Wprowadzenie

Metoda badania dyskursu politycznego prezentowana w tym rozdziale wpisuje się w nurt badań prowadzonych w paradygmacie analizy dyskursu. Cele badawcze, do jakich jest przeznaczona, wymagają uwzględnienia faktu istnienia wspólnego obszaru badawczego językoznawstwa i nauk politycznych. Metoda wychodzi od systematycznej analizy środków językowych i łączy uzyskane w ten sposób dane z przyjętymi założeniami teoretycznymi na temat ideologii. Badanie zjawisk społeczno-politycznych za pomocą narzędzi wywodzących się z lingwistyki stało się możliwe dzięki odkryciom, jakie poczyniono na jej gruncie. Przedstawienie historii rozwoju zainteresowania lingwistyki obszarem działalności politycznej zajęłoby tu zbyt wiele miejsca, dlatego ograniczę się do wskazania kilku przełomowych zjawisk (więcej w: Filipczak-Białkowska 2021), które pozwolą zrozumieć, jak doszło do tego, że metody językoznawcze mają zasadnicze znaczenie w badaniach z zakresu analizy dyskursu.

Na początek lat 70. przypadło powstanie i rozwój teorii aktów mowy i koncepcji współdziałania komunikacyjnego. Podstawą nowego sposobu postrzegania zjawisk w tym obszarze stało się przekonanie o silnym związku między językiem, myśleniem i działaniem, a sam język potraktowany został jako forma aktywności społecznej, która pozwala kształtować rzeczywistość pozajęzykową. Kluczową rolę odegrały tu zwłaszcza ustalenia trzech badaczy: John L. Austin (1993) zwrócił uwagę, że język powoduje zmiany w rzeczywistości społecznej, John Searle (1987) wyeksponował rolę kontekstu w rozumieniu i interpretacji wypowiedzi, a Paul Grice (1975) położył nacisk na fakt, że efektywne działanie werbalne wymaga współpracy nadawcy i odbiorcy.

Teoria aktów mowy okazała się bardzo inspirująca, stawała się przedmiotem zainteresowania kolejnych badaczy i w różnych kierunkach była przez nich rozwijana. Wyznaczyła m.in. nowy kurs w lingwistyce tekstu, dla której elementem

przełomowym było odrzucenie tezy jakoby znaczenie mogło tkwić w tekście w sposób obiektywny, stały. Odtąd tekst należy traktować nie jak produkt, lecz jak proces, który zachodzi w sposób dynamiczny i jest kontrolowany przez uczestników aktu komunikacji (zob. Duszak 1998). Na przełomie lat 70. i 80. pojawiła się idea poszukiwania źródeł względności w interpretowaniu tekstów – upatrywano ich w parametrach o charakterze społecznym, kulturowym, sytuacyjnym i psychologicznym, aby ostatecznie usankcjonować je jako czynniki współtworzące zjawisko tekstowości czy tekstualności. Na przełomie lat 80. i 90. dostrzeżono, że integralność tekstu osiągana jest przez odniesienie do wiedzy pozajęzykowej uczestników aktu komunikacyjnego. Wiedza ta miała pozwalać na uzupełnianie luk spójnościowych i umożliwiać rozumienie tekstu. Ostatecznie przyjęto w lingwistyce tekstualnej, że interpretacja tekstu jako zdarzenia komunikacyjnego nie wynika z jego cech immanentnych, ale zostaje mu przypisana w drodze wnioskowania na podstawie szeregu operacji mentalnych, których znaczna część sterowana jest przez czynniki pozajęzykowe.

Związkami między faktami językowymi i społecznymi zajmuje się socjolingwistyka, czasem określana także jako socjologia języka. Na lata 70. datuje się powstanie lingwistyki krytycznej – postulowano w niej łączenie lingwistycznej analizy tekstu z teorią funkcjonowania języka w kontekście politycznym i ideologicznym (zob. Fairclough, Duszak 2008). Przedstawiciele tego nurtu pisali, że lingwistyka krytyczna szczególnie interesuje się sposobami, dzięki którym dominujące dyskursy objawiają się w codziennym języku ludzi. W ich ujęciu ideologia jest dla zdominowanych przez nią jednostek naturalnym i oczywistym sposobem rozumienia świata.

Zainteresowanie polskich lingwistów językiem w obszarze polityki również ma długą historię. Termin „język polityki” po raz pierwszy w polskich pracach językoznawczych zastosował Jerzy Bralczyk w artykule pt. *Język polityki i polityka językowa* (1977), a Walery Pisarek zaproponował wyodrębnienie politolingwistyki jako subdyscypliny językoznawstwa, skupionej na badaniu problematyki związków języka i polityki (Pisarek 1986: 60). Obszerne przeglądy prac z zakresu języka polityki dokonała Bożena Sieradzka-Baziur (2011), nie ma tutaj potrzeby powtarzać tych treści. Badaczka wskazała przede wszystkim prace o profilu stylistyczno-retorycznym, dla których słowem kluczem jest zjawisko nowomowy (tu szczególnie dociekania Michała Głowińskiego), także w jej nowym współczesnym wydaniu.

Opis metody badania dyskursu politycznego z perspektywy nauk społecznych sporządził m.in. Martin Reisigl (2011). Na gruncie gramatyki komunikacyjnej model analizy tekstów politycznych zaproponowali Aleksy Awdiejew i Grażyna Habrajska (2009). Także książka Elżbiety Laskowskiej pt. *Dyskurs parlamentarny w ujęciu komunikacyjnym* (2004) sytuuje się w tym nurcie badań – już na wstępie autorka podkreśla, że u podstaw jej zainteresowania dyskursem politycznym legło dostrzeżenie wartości słowa w działaniach społeczno-politycznych (por. Laskowska 2004: 9). Wskazane prace są ważną podstawą prezentowanej tu metody, cechują ją jednak naturalne ograniczenia. Opracowania M. Reisigla,

a także A. Awdiejewa i G. Habrajskiej w sposób programowy, a przez to – siłą rzeczy – ogólny, kreślą możliwości, jakie płyną z proponowanych modeli badawczych. Praca E. Laskowskiej (2004) obejmuje systematyczne omówienie aktów mowy funkcjonujących w dyskursie parlamentarnym, z uwzględnieniem szczególnej roli, jaką odgrywają w nim akty mowy emotywno-oceniające, autorka nie przenosi jednak uzyskanych wniosków na poziom rozważań o zawartych w tym dyskursie problemach społeczno-politycznych (nie było to zresztą jej celem). Istnieją także inne opracowania na temat dyskursu politycznego, sytuujące się w obszarze gramatyki komunikacyjnej i odnoszące się do bardziej szczegółowych problemów, np. funkcji aktów mowy emotywno-oceniających jako nośnika postawy ideologicznej nadawcy (Habrajska 2008) czy występowania w dyskursie politycznym obiektów ideologicznych (Filipczak-Białkowska 2018b).

6.1.2. Krytyczny aspekt analizy dyskursu

Usytuowanie analizy dyskursu na szeroko pojętych peryferiach językoznawstwa i nauk społecznych skłania do tego, aby postrzegać ją jako „rodzinę różnych podejść krytycznych do skomplikowanej relacji między językiem, czy dyskursem, a innymi elementami [...] procesów społecznych” (Duszak 2008: 8). Podkreśla się przy tym jednak, że „przez lata humanistycznemu nastawieniu do badań lingwistycznych towarzyszyło [...] faktyczne ignorowanie aspektów lingwistycznych w badaniach społecznych” (Duszak 2008: 8). Wskazując niedostatki metod wykorzystywania danych językowych w naukach społecznych, zwraca się uwagę na używanie w sposób wybiórczy tekstów stanowiących materiał badawczy, z lekceważeniem kontekstu wypowiedzi, i traktowanie sekwencji tekstowych wyłącznie jako ilustracji dla uzasadnianych lub obalanych twierdzeń (por. Wodak 2011: 11). Proponowana tutaj metoda pozwala przezwyciężyć te niedoskonałości.

Badacze analizy dyskursu interesują naturalne i spontaniczne przejawy działalności językowej (w opozycji do rozważań systemowych, objaśnianych abstrakcyjnymi przykładami), a także istniejące w przestrzeni publicznej teksty i płynące z nich obrazy światów społecznych oraz zachodzące w nich relacje dominacji. Najważniejszym dla tych dociekań wymiarem tekstu nie jest jego językowa postać w tradycyjnym rozumieniu, ale społeczny cel, działanie, będące podstawową cechą dyskursu. Koresponduje to z przyjętą w analizie dyskursu szeroką definicją tekstu (zob. wyżej). Wyodrębnianą w tym nurcie krytyczną analizę dyskursu (w skrócie: KAD) charakteryzuje natomiast zaangażowanie społeczne:

KAD nie zajmuje się językiem ani dyskursem samym w sobie, lecz po części dyskursywnymi procesami społecznymi (takimi jak relacje, systemy, struktury). Punktem wyjścia badań KAD jest, co znamienne, nie język czy dyskurs per se; ponieważ KAD ma charakter krytyczny, zagadnieniami badawczymi są tu problemy i kwestie życia społecznego, związane np. z imigracją i społeczną integracją imigrantów, pozycją

kobiet i grup mniejszościowych we współczesnych społeczeństwach, degradacją środowiska naturalnego, bezrobociem czy też ingerencją rynku w sfery edukacji i opieki zdrowotnej (Duszak, Fairclough 2008: 15).

Jak pisze Adam Warzecha, „badania te wychodzą z założenia, że dyskurs jest elementem życia społecznego dialektycznie powiązany z innymi jego elementami i może mieć na nie konstruktywny i transformatywny wpływ” (Warzecha 2014: 166). Innymi słowy, KAD przyjmuje, że język stanowi medium, które zarówno odtwarza istniejący porządek społeczny, jak też go tworzy i umacnia (Biskupska 2011: 374).

Metodologiczna i interdyscyplinarna otwartość (przez Annę Duszak określona nawet jako „transdyscyplinarność”) pozwala uzyskać dostęp do multimodalnych, złożonych zjawisk społeczno-kulturowych, w których przeplatają się wątki wywodzące się z różnych dyscyplin i które przez to wymykają się tradycyjnym, dyscyplinarnym klasyfikacjom bądź ich opis jest z konieczności niewyczerpujący.

Prekursor KAD Norman Fairclough opisuje sposób prowadzenia krytycznej analizy dyskursu w książce pt. *Language and Power* (Fairclough 1989). Wyodrębnia trzy etapy. Pierwszy polega na językowej analizie badanego tekstu traktowanego jako przejaw określonego dyskursu. Drugi etap to interpretacja wyników analizy językowej w interakcji z dyskursem. Bada się cechy tego dyskursu, dostrzega znaczenie czynnika ludzkiego w interpretacji (kompetencji, interesów, roszczeń) oraz relacje intertekstualne (pochodzenie określonych pojęć i relacji między nimi). Ustala się również, jakie treści przyjęto jako oczywiste lub przemilczano w wyniku przynależności tekstu do określonego dyskursu. W trzecim etapie badacz stara się wyjaśnić reguły, które pozostając być może poza świadomością uczestników dyskursu, są reprodukowane w ich wypowiedziach i działaniach jako wyraz nieujawnionych struktur władzy. W tym miejscu także „określa się związki tych reguł ze społecznym otoczeniem, ich polityczność, nieujawnioną tendencyjność, celowość, uwikłania w lokalność i tradycję (skąd się wzięły, po co są, kogo i co mają chronić/atakować, w imię jakich interesów działają)” (Sulikowski 2014: 103). Celem metody proponowanej przez N. Fairclougha „jest doprowadzenie do zmiany społecznej poprzez odczarowanie fałszywej świadomości i niejako zmuszenie uczestników dyskursu do przemyślenia reguł rządzących ich myśleniem i działaniem” (Sulikowski 2014: 103). Bez stosowania zasad analizy dyskursu reguły te pozostają ukryte przed interpretatorem, a w konsekwencji przed szerszym audytorium. Ma to szczególne znaczenie dla badań rozbudowanej (rozległej lub heterogenicznej) bazy materiałowej.

Można przyjąć, że proponowana tu metoda wpisuje się w nurt poszukiwania adekwatnego sposobu badania dyskursu ideologicznego: opiera się na systematycznej analizie danych językowych z jednej strony i pozwala na ich wykorzystanie w rozważaniach interdyscyplinarnych z drugiej. Jednocześnie, choć może być w tym kierunku wykorzystana, nie stawia sobie za cel wskazanego przez N. Fairclougha dla KAD zaangażowania w kształtowanie procesów społecznych.

6.1.3. Tło teoretyczne

Gramatyka komunikacyjna to bardzo obszerna teoria komunikacji, której prekursorami są wspomniani już G. Habrajska i A. Awdiejew. To nowatorskie podejście, w którym uwzględniono wpływ kategorii gramatycznych na sens wypowiedzi konstruowanych w procesie komunikacji. Założenia teorii znajdzie czytelnik w opracowaniach teoretycznych (zob. Awdiejew, Habrajska 2004, 2006, 2010), w tym miejscu odniosę się tylko do tych elementów koncepcji, które znajdują uzasadnienie w dalszej części rozdziału, w zakresie wyboru i konstrukcji metody badawczej. Przywołany zostanie zatem sposób rozumienia tekstu i jego relacja do sensu wypowiedzi, założenia na temat funkcjonowania emotywno-oceniających aktów mowy oraz sposób ujmowania argumentacji aksjologicznej.

Tekst w gramatyce komunikacyjnej definiowany jest szeroko (co jest typowe również dla badań prowadzonych w nurcie analizy dyskursu): „tekstem nazywamy wszystkie spostrzeżone przez człowieka komunikującego materialne komponenty komunikatu, które traktuje jako znaczące i wymagające dalszej interpretacji” (Awdiejew, Habrajska 2010: 8). I tak na przykład w przypadku kontaktu *face-to-face* komunikatem (tekstem) jest nie tylko warstwa foniczna przekazu, ale także gesty, mimika, wygląd interlokutorów, elementy otoczenia itp.

Jedno z głównych założeń gramatyki komunikacyjnej stanowi o braku równoległości między formalnie wyodrębnianymi w tekście leksemami a jednostkami treści: „analiza sensu wyrażonego przez tekst często wykazuje nieodpowiedniość organizacji znaczeniowej w stosunku do jego liniowego charakteru. Inaczej mówiąc, uporządkowanie formalne jednostek tekstu w stosunku do konfiguracji sensu, jaką wyrażają, często nie pokrywają się ze sobą” (Awdiejew, Habrajska 2004: 50). Formalna postać tekstu ma zatem drugorzędne znaczenie w procesie interpretacji. W metodologii tej przyjmuje się, że „[...] tekstu nie można bezpośrednio utożsamiać z sensem, gdyż na ten sam sens może wskazywać kilka różnych tekstów (parafrazy), a jednocześnie interpretacja tego samego tekstu przez różnych odbiorców może doprowadzić ich do zupełnie różnego rozumienia tego samego tekstu” (Awdiejew 2018: 10). Ostatecznie zatem „tekst nie »przekazuje« sensu komunikatu, lecz tylko wskazuje na możliwe kierunki jego interpretacji” (Awdiejew, Habrajska 2010: 9). Interpretacja ta nie jest w pełni swobodna, istnieją czynniki, które determinują jej przebieg (o interpretacji standardowej zob. Filipczak-Białkowska 2020).

Przyjęte w gramatyce komunikacyjnej założenie stanowi, że uczestnictwo interlokutorów w interakcji ma charakter celowy. W związku z tym jednostkę interakcyjną nazywa się tu strategią konwersacyjną i definiuje jako „świadomie kierowany przez nadawcę i interpretowany przez odbiorcę spójny ciąg aktów mowy, za pomocą którego dążą oni do osiągnięcia wspólnie akceptowanego celu komunikacyjnego” (Awdiejew 2004: 69). Wyodrębnia się kilka rodzajów strategii ze

względem na cel. Z perspektywy niniejszego opracowania najbardziej istotna jest strategia określona jako aksjologiczno-emotywna i to ona zostanie szerzej omówiona (o pozostałych trzech strategiach: informacyjno-weryfikacyjnej, behawioralnej i metadyskursywnej można przeczytać w: Awdiejew 2004: 67–86; Awdiejew, Habrajska 2006: 54–69; Habrajska 2012: 99–103).

Dla strategii aksjologiczno-emotywnych charakterystyczny jest cel perswazyjny, do realizacji którego dążą interlokutorzy, a jest nim „skłonienie odbiorcy do przyjęcia manifestowanej w aktach mowy nadawcy orientacji aksjologicznej i zmuszenie go do tego, by dał temu bezpośredni dowód w postaci deklaracji werbalnej lub wyrażenia odpowiedniej emocji. W procesie oddziaływania na odbiorcę nadawca wykorzystuje swą wiedzę o orientacji aksjologicznej odbiorcy” (Awdiejew, Habrajska 2006: 63). Aby za pomocą aktu mowy wyrazić swą orientację aksjologiczną, nadawca stosuje operatory interakcyjne, np. w postaci nacechowanych jednostek leksykalnych odnoszących się do ideacyjnych części mowy: „Takie rzeczowniki, jak matoł, babon, kurdupel itd. [...], czasowniki: zapieprzyć, zwiać itd. [...], przymiotniki: upierdliwy, zamulony itd. [...] pełnią funkcję przedstawieniową, a jednocześnie – kiedy pojawiają się w tekście – wprowadzają akty emotywno-oceniające” (Awdiejew 2004: 95). W gramatyce komunikacyjnej do emotywno-oceniających aktów mowy zalicza się tylko takie konfiguracje, w których na powierzchni tekstu występuje dowolny operator emotywny lub w których eksplikacja stanu emotywnego jest łatwa do odtworzenia i interpretacji (przyjmuje się na przykład, że akt emotywny jest zawsze aktem oceny; por. Awdiejew 2004: 116), a także uznaje się, że niektóre obrazy ideacyjne zawierają normatywną ocenę (Awdiejew, Habrajska 2004: 297–299). Szczegółowe omówienie teorii aktów emotywno-oceniających zawarte jest w opracowaniu A. Awdiejewa (2004: 115–129), także A. Awdiejewa i G. Habrajskiej (2006: 87–106). Obszerne przykłady analiz dyskursu parlamentarnego z zastosowaniem omówionej propozycji teoretycznej również dostępne są w literaturze przedmiotu (Laskowska 2004: 90–153; Filipczak-Białkowska 2018a: 87–108).

Akty mowy emotywno-oceniające to według gramatyki komunikacyjnej specyficzna grupa aktów mowy, które mają na celu ekspozycję emotywno-oceniającej postawy nadawcy (zob. Awdiejew 2008: 66). Zabieg ten jest podstawowym narzędziem wywierania wpływu na odbiorcę, bazująca bowiem na zasadzie kooperacji P. Grice’a zasada solidarności uczuć niejako obliguje odbiorcę do utożsamienia się z wyrażoną postawą emotywno-oceniającą nadawcy. A. Awdiejew pisze: „[...] lingwiści, jak się wydaje, powinni się zająć problemami zgodności lub rozbieżności horyzontów aksjologicznych nadawców i odbiorców, które można sformułować w terminach semantycznych odpowiedniości i przeciwstawności zbiorów sądów oceniających i tym samym dokonać prognozy możliwości oddziaływania za pomocą języka” (Awdiejew 2008: 66). Badacz odchodzi tu zatem od analiz jednostkowych przejawów aktów mowy w kierunku badania całych

systemów, co znacznie rozszerza perspektywę badawczą: „W przypadku badań możliwości wpływów w środkach komunikacji masowej opis horyzontu aksjologicznego można utożsamić z opisem tzw. systemu ideologicznego, czyli systemu stałego odniesienia wartościującego zjawiska otaczającego mówiących świata” (Awdiejew 2008: 66).

Z funkcjonowaniem ideologii w dyskursie propagandowym mocno związane jest zagadnienie argumentacji aksjologicznej. Jej istota „polega na tym, że ciągi argumentacyjne są tworzone nie wyłącznie przez przesłanki w formie sądów prawdziwościowych, [...] ale najczęściej w formie mieszanej, gdzie sądy oceniające (opinie) występują razem z sędami asertorycznymi. W przypadku sądów aksjologicznych logiczna funkcja prawdy/fałszu zostaje zastąpiona siłą przekonania o słuszności zastosowanej oceny” (Awdiejew, Habrajska 2006: 266). Ważnym etapem interpretacji wypowiedzi argumentacyjnej jest standaryzacja zawartych w niej argumentów, czyli zapisanie ich w postaci ciągów argumentacyjnych o postaci:

Reguła ogólna (RO)

Sąd Kwalifikujący (SK)

Konkluzja (K)

Standaryzacja argumentu umożliwia dotarcie do treści nie wyrażonych wprost i w ten sposób umożliwia pełne zrozumienie sensu zawartego w tekście oraz wyrażenie go *explicite* w postaci odpowiednich twierdzeń. Najczęściej występujące w żywej mowie wypowiedzi argumentacyjne mają charakter entymematów. Niedosłowność powstaje w nich, kiedy nadawca rezygnuje z werbalizacji jednego lub więcej elementów składowych argumentu. Dzieje się tak wówczas, gdy odbiorca może z łatwością odtworzyć brakujący składnik, np. dzięki znajomości warunków sytuacji komunikacyjnej, ale także wtedy, gdy nadawcy zależy na tym, aby nie wypowiadać wprost słów dla niego niewygodnych (zob. Filipczak-Białkowska 2016). Najczęściej pomijanym elementem argumentu jest reguła ogólna. Jest ona jednocześnie kluczowa dla badania orientacji ideologicznej, gdyż w dyskursach społeczno-politycznych regułę ogólną stanowią uogólnione sądy aksjologiczne, będące reprezentacją postawy ideologicznej nadawcy (z tego powodu nazywane też bywają sędami ideologicznymi). W sędach kwalifikujących występują realne obiekty rzeczywistości, funkcjonujące na scenie politycznej, które mówiący ocenia przez usytuowanie ich względem swojego ogólnego systemu wartości, a konkluzja jest sądem o tym obiekcie, powstającym w efekcie zastosowania procesu dedukcji.

Gramatyka komunikacyjna przyjmuje, że analizy lingwistyczne pozwalają odtworzyć zbiory sądów oceniających zawartych w badanych wypowiedziach (zob. Awdiejew 2008: 66).

6.1.4. Cele badania

Prezentowana metoda badawcza pozwala zobrazować dyskurs ideologiczny. Za jej pomocą można ustalić, jakie ideologie znajdują wyraz w działalności badanych podmiotów, a nawet z którymi obszarami tych ideologii podmioty te utożsamiają się najsilniej. W tym miejscu należy precyzyjnie wyjaśnić, jak w niniejszym opracowaniu pojmowany jest dyskurs. W zrozumieniu tego zjawiska pomocna może być definicja, jaką zaproponował Antoni Podsiad – według niego dyskurs to „wewnętrznie spójny system znaczeń dominujący w jakiejś formacji kulturowej, który określa sposób postrzegania i konceptualizacji świata w danym czasie” (Podsiad 2000). Pojęcie dyskursu spójne z przyjętą tu orientacją przybliża także definicja, której autorem jest Jay Lemke:

Kiedy mówię o dyskursie w ogólności, zwykle mam na myśli działanie społeczne nadawania znaczenia za pomocą języka lub innych systemów symbolicznych w określonej sytuacji lub otoczeniu [...]. Za każdym razem, kiedy nadawane jest określone znaczenie, charakterystyczne dla tych dyskursów, powstaje konkretny tekst. Dyskursy jako działania społeczne w większym lub mniejszym stopniu podlegające zwyczajom społecznym, tworzą teksty, które będą w jakiś sposób podobne pod względem swoich znaczeń [...]. Kiedy chcemy skupić się na konkretnych cechach zdarzenia lub sytuacji, mówimy o tekście. Kiedy chcemy przyjrzeć się wzorcom, wspólnym cechom, relacjom dotyczącym różnych tekstów i okazji, możemy mówić o dyskursach (Wodak 2011: 18).

Kamila Biskupska (2011), opisując analizę dyskursu, zwraca uwagę, że jest to analiza zbudowana na strukturze językowej, ale i wykraczająca poza nią, obejmująca interpretację (adekwatną do poziomu kompetencji i doświadczenia badacza) tego, co się wokół i przez daną wypowiedź dzieje. Badacz społeczny zainteresowany dyskursem nie może ignorować tego, co zachodzi na poziomie systemu językowego, bo – jak podkreśla Tim Dant – „język (razem z niewerbalnymi sposobami komunikowania się) więcej wyraża niż to, co (w swoim mniemaniu) mówią nadawcy. Interpretacja dyskursu to patrzenie dalej niż tylko zwykła treść wypowiedzi” (1991: 8).

Sposób ujmowania terminu „dyskurs” w gramatyce komunikacyjnej koresponduje z przywołanymi ustaleniami. Dyskurs definiuje się tu jako „proces interpretacji tekstu na podstawie kompetencji komunikacyjnej odbiorcy i jego rozumienie (uświadomienie sobie przez interpretatora wyników interpretacji)” (Awdiejew, Habrajska 2010: 10). Uznaje się, że dyskurs to złożony konglomerat wiedzy i przekonań, powstały w wyniku interpretacji różnorodnych tekstów, sporządzony na podstawie zasobów kompetencji komunikacyjnych jego uczestników.

Na koniec tego fragmentu rozważań należy wyjaśnić jeszcze pojęcie ideologii. W metodologii gramatyki komunikacyjnej ideologia rozumiana jest jako względnie uporządkowany zbiór trwałych, aksjologicznych przekonań, które są

traktowane przez mówiących jako pewniki aksjomatyczne, niewymagające jakiegokolwiek udowodnienia (zob. Awdiejew 2008: 66). Przekonania te, wyrażone w formie sądów, są uznawane za słuszne przez określoną grupę społeczną i wykorzystywane w dyskursie publicznym (Awdiejew 2007: 95). Efektem analizy i interpretacji wybranego obszaru dyskursu ideologicznego ma być ustalenie granic zbiorów przekonań i wchodzących do nich jednostek występujących w dyskursie społeczno-politycznym.

6.1.5. Operacjonalizacja ideologii

Z przedstawionym powyżej opisem ideologii koresponduje przyjęty przez Andrew Heywooda (2008) sposób rozumienia tego pojęcia: ideologia to „mniej lub bardziej spójny zbiór idei, stanowiący podstawę zorganizowanego działania politycznego, bez względu na to, czy zmierza ono do zachowania, przekształcenia czy obalenia istniejącego systemu sprawowania władzy. Zatem wszystkie ideologie (a) dostarczają obrazu istniejącego porządku, zazwyczaj w formie obrazu świata, (b) lansują model pożądanej przyszłości, wizję dobrego społeczeństwa, a także (c) wyjaśniają, w jaki sposób zmiana polityczna może się dokonać – czyli jak przejść z (a) do (c)” (2008: 25). Jeśli wybrana wizja idealnego porządku społeczno-politycznego znajdzie swoją reprezentację w orientacji ideologicznej podmiotu, ideologia może być podstawą kształtującą jego działanie.

Przedstawiona w literaturze przedmiotu charakterystyka ideologii (rozumianych jako konstrukt teoretyczny wskazujący elementy kanoniczne systemu poglądów) ma postać obszernego opisu (zob. Heywood 2008). Posługiwanie się taką formą w procesie badawczym jest niepraktyczne i znacznie utrudnia przejrzystość prowadzonych analiz, dlatego konieczne było doprowadzenie jej do postaci użytecznego i wygodnego narzędzia. Dla opisu poszczególnych ideologii sporządziłam zatem kolekcje znaczników ideologicznych. Podobnie jak w informatyce znacznik określa słowo kluczowe, frazę przypisaną do określonego fragmentu informacji, tak w prezentowanym tu narzędziu za określonym znacznikiem ideologicznym kryje się pewien aspekt opisywanej ideologii. Znaczniki obejmują w sposób skoncentrowany elementy założeń ideologicznych, które w literaturze przedmiotu przedstawiane są obszernym fragmentem tekstu. Znaczniki oddają główne założenia ideologii.

Partie funkcjonujące na polskiej scenie politycznej kwalifikowane są i same określają się pod względem orientacji ideologicznej jako partie konserwatywne, liberalne bądź socjalistyczne (i różne ich kombinacje, por. Awdiejew 2008: 68), w związku z tym w rozdziale tym skupię się na tych trzech ideologiach (model można jednak rozbudować o cechy właściwe dla innych systemów ideologicznych). W tabeli 1 zaprezentowane zostały znaczniki wskazanych ideologii z uwzględnieniem podziału na aspekty światopoglądowe, te związane z ustrojem państwa i odnoszące się do systemu gospodarczego. Szeroki opis znaczników załączony został w aneksie 1 na końcu rozdziału.

Tabela 1. Znaczniki ideologiczne

Konserwatyzm	Liberalizm	Socjalizm
<ul style="list-style-type: none"> • wartości chrześcijańskiej demokracji • odpowiedzialność pokoleniowa • moralna ułomność człowieka • patriotyzm romantyczny • paternalizm rodzicielski 	<ul style="list-style-type: none"> • społeczne prawa naturalne • wolności obywatelskie • racjonalizm • wolność absolutna jednostek • dostęp do wiedzy naukowej • integracja europejska 	<ul style="list-style-type: none"> • zachowanie warunkowane społecznie • solidaryzm społeczny
<ul style="list-style-type: none"> • paternalizm państwa • autorytaryzm rządów • silny rząd • suwerenność państwa 	<ul style="list-style-type: none"> • państwo usługodawca • społeczna odpowiedzialność władzy • granice sprawowania władzy • równość dostępu do stanowisk 	<ul style="list-style-type: none"> • państwo opiekuńcze • ograniczenie skutków bezrobocia • prawa pracownicze • związki zawodowe
<ul style="list-style-type: none"> • własność indywidualna • społeczeństwo hierarchiczne 	<ul style="list-style-type: none"> • pełna prywatyzacja • samorządność • inwestycje gospodarcze 	<ul style="list-style-type: none"> • nacjonalizacja gospodarki • interwencjonizm gospodarczy • protekcjonizm gospodarczy • agraryzm i drobna przedsiębiorczość

Źródło: opracowanie własne na podstawie Heywood 2008 oraz pozycji uzupełniających¹.

¹ Proponowany układ znaczników oparty został w przeważającej części na treściach zawartych w książce pt. *Ideologie polityczne. Wprowadzenie* Andrew Heywooda (2008: 39–164). To najbardziej wyczerpujące opracowanie dostępne w języku polskim pozwala utworzyć spójną listę znaczników ideologicznych dla każdej z omawianych tu doktryn, a także poszerzyć tę listę o znaczniki charakterystyczne dla innych ideologii, np. faszyzmu, ekologizmu itp. (adekwatnie do celów realizowanego projektu badawczego). Por. inne, choć mniej kompleksowe opracowania: Legutko (1994), Prokop (2002), Klejdysz-Michałek (2003), Olszewski (2003) oraz artykuły zawarte w zbiorowym opracowaniu pt. *Ideologie, doktryny, ruchy społeczne i polityczne. Wybrane problemy* pod red. Marii Marczewskiej-Rytka i Wojciecha Ziętary, Lublin 2015, a w szczególności artykuły: A. Chodubski, *Etnocentryzm jako doktryna polityczna*, s. 97–108, R. Chwedoruk, *Zachodni marksizm w praktyce – ruch robotniczy jako Gegenwelt*, s. 219–233, G. Piwnicki, *Współczesny nacjonalizm a globalizacja przełomu XX i XXI wieku*, s. 123–134, D. Plecka, *Liberalizm w Polsce na przełomie XX i XXI wieku. Zarys problemu*, s. 185–194, E. Ponczek,

Przedmiotem badania jest orientacja ideologiczna określonego podmiotu. Podmiotem tym może być zarówno jednostka, np. obywatel, dziennikarz, polityk, jak i organizacja, np. partia polityczna, czasopismo, organizacja pożytku publicznego. Orientacja ideologiczna jest względnie stałą cechą tego podmiotu. Jest zbiorem jego postaw wobec obiektów funkcjonujących w przestrzeni społeczno-politycznej, tworzącym właściwą dla tego podmiotu intelektualną mapę tej przestrzeni. Ponieważ postawy mogą ulegać zmianom, również orientacja ideologiczna (bądź któraś z jej części, np. poglądy partii politycznej na kwestie gospodarcze) może ewoluować, choć dynamikę tego procesu trudno zauważyć. Z perspektywy omawianej metody orientację ideologiczną danego podmiotu politycznego tworzy powstały w wyniku działań analitycznych zbiór sądów ideologicznych, jakie można w sposób zasadny związać z działalnością tego podmiotu (np. wywnioskować na podstawie analizy dokumentów programowych, analizy wypowiedzi liderów i przedstawicieli partyjnych, w innych naukach także odtworzyć w drodze analizy decyzji podejmowanych w trakcie głosowania nad projektami, analizy wydatków budżetowych w czasie, gdy partia sprawowała władzę itd., por. m.in. Lipiński 2016: 57; Woźniak 2017). W gramatyce komunikacyjnej przyjmuje się, że orientację ideologiczną grupy społecznej tworzy suma orientacji ideologicznych członków tej grupy. Poszczególne osoby manifestują swoją orientację ideologiczną poprzez zawarte w ich wypowiedziach sądy ideologiczne, które stanowią jednostkowy przejaw tej orientacji (por. Filipczak-Białkowska 2018a: 202).

Dla uporządkowania terminologicznego warto jeszcze raz podkreślić, że przez ideologię rozumiem teoretyczny konstrukt, natomiast orientacja ideologiczna pojmowana jest tu jako konkretny przejaw odwołań do pojmowanych w sposób kanoniczny ideologii, jako cecha dyskursywna charakteryzująca badany podmiot (wyrażająca prezentowany przez niego dyskurs ideologiczny). Orientację ideologiczną w przyjętym tu rozumieniu spośród innych orientacji aksjologicznych wyróżnia jej powiązanie z kwestiami społeczno-politycznymi.

Wyrazem orientacji ideologicznej badanego podmiotu jest profil ideologiczny. Jest to precyzyjny, ustrukturyzowany opis orientacji ideologicznej, wyrażony za pomocą znaczników ideologicznych w ujęciu kwantytatywnym. Profil ideologiczny budowany jest na podstawie danych zawartych w bazie sądów ideologicznych.

Możliwości poznawcze myśli politycznej i ruchów politycznych – odmienności i podobieństwa przedmiotów badań, s. 69–84, K. Rogaczewska, *Polskie koncepcje solidaryzmu społecznego na przykładzie Leopolda Caro*, s. 247–257, W. Ziętara, *Kryzys ideowy współczesnej socjaldemokracji*, s. 205–218, M. Ziętek-Wielomska, A. Wielomski, *Nacjonalizm jako próba rewitalizacji doktryny narodowej i postulatu państwa narodowego*, s. 109–122, K. Zuba, *Między pragmatyzmem a radykalizmem. Ideologia w dobie postideologii*, s. 19–28 oraz W. Sokół, *Pojęcie i tożsamość chrześcijańskiej demokracji*, s. 259–269.

6.1.6. Dyskurs polityczny – podejścia metodologiczne

Większość prac językoznawczych poświęconych językowi polityki bliska jest podejściu lingwistyki funkcjonalnej i koncentruje się na badaniu charakterystycznych dla tego języka mechanizmów wywierania wpływu społecznego: opisywane są funkcje środków językowych, identyfikowane dominujące konstrukcje składniowe, również sposób rozumienia słów szczególnie ważnych w tej przestrzeni komunikacyjnej (por. Kamińska-Szmaj 2001; Laskowska 2004; Figiel 2009; Kampka 2009; Polkowska 2015). Analizy prowadzone w taki sposób bliższe są jednak badaniom systemowym. Do analizy dyskursu przybliża je to, że opierają się na rzeczywistych (a nie spreparowanych) tekstach, a także że nie koncentrują się na pojedynczych realizacjach tekstowych, ale wskazują cechy charakterystyczne zawarte w ich zbiorach. Niemniej jednak nie można stwierdzić, że realizują one tak ważną dla analizy dyskursu ideę interdyscyplinarności. Brakuje opracowań, które w drodze rzetelnych analiz językoznawczych, podejmowałyby próby dociekania sensu badanych wypowiedzi i wyciągania płynących z nich wniosków. W efekcie istnieje wiele doskonałych opracowań opisujących cechy języka wypowiedzi aktorów sceny politycznej, nie ma w nich jednak ścieżki dostępu do prezentowanej przez tych aktorów orientacji ideologicznej.

Do przekroczenia opisanej wyżej granicy zachęcał już w latach 80. XX wieku W. Pisarek (1983). Szczególnie cenił on analizę częstości występowania określonych jednostek leksykalnych w przekazie (lub zbiorze przekazów), a następnie porównywanie ich liczebności z rangami w słowniku frekwencyjnym (Pisarek 1983: 74). Taka metoda pozwala w znacznej mierze realizować postulaty bliskiej temu badaczowi analizy zawartości: zachowanie obiektywności badania, łatwość przeprowadzenia analizy ilościowej, możliwość porównania wyników uzyskanych w różnych badaniach, z drugiej strony ma jednak pewne niedostatki: „słabością wyrazu jako jednostki analizy jest jego wieloznaczność oraz możliwość jego użycia albo przenośnego, albo ironicznego, albo zmodyfikowanego za pomocą dodatkowego określenia” (Pisarek 1983: 75). W. Pisarek stoi na stanowisku, że te słabości pozwala przezwyciężyć analiza sądów (w literaturze przedmiotu określanych także słowem „temat”) zawartych w przekazie. Sądy te ukazują rzeczywistość, jaką nadawca chce zobrazować, a przez sposób, w jaki to robi, dostarczają informacji o charakterze uogólniającym, czyli wiedzy na temat samego nadawcy i innych elementów aktu komunikacji. Jak wskazał, „wśród teoretyków analizy zawartości panuje zgoda zarówno co do tego, że zastosowanie sądu jako jednostki umożliwia osiągnięcie cennych wyników, jak i co do trudności tego przedsięwzięcia”. Pisał B. Berelson: „Temat (tzn. {{sąd}} w naszej terminologii, WP) należy do najbardziej użytecznych jednostek analizy zawartości, zwłaszcza w badaniach nad skutkiem, jaki w opinii publicznej powodują określone informacje [...]. Niemniej jednak należy on do najtrudniejszych jednostek analizy” (Pisarek 1983: 76).

W. Pisarek zaznacza, że do podobnych wniosków dochodzili też inni teoretycy analizy zawartości, m.in. Ole Rudolf Holsti, który zauważył:

Dla wielu celów temat, czyli pojedynczy sąd o jakimś przedmiocie, jest najbardziej użyteczną jednostką analizy zawartości. Jest niemal niezbędny w badaniach propagandy, wartości, postaw itp. Istotną niedogodność w kategoryzowaniu tematów stanowi to, że zwykle jest ono czasochłonne. Inna trudność bierze się stąd, że temat nie jest łatwo identyfikowalną „naturalną” jednostką, jak wyraz, akapit czy wypowiedź: wskutek tego osoba kodująca musi sama decydować, w którym miejscu przebiega granica tematu (Holsti 1967, za: Pisarek 1983: 76).

Również A. Awdiejew i G. Habrajska (2009) podkreślają, że ze względu na syntetyczny charakter tekstów, odtworzenie zawartych w nich sądów należy do najtrudniejszych zabiegów analitycznych. Ich zdaniem trudności te mają charakter obiektywny, ponieważ większość sądów ma charakter domniemany lub pośredni, a ich werbalizacja jest często wyborem samego badacza. Jednakże, jeśli interpretacje analityka mają charakter zobiektywizowany, czyli jeśli nie włącza on do nich swej własnej orientacji politycznej, bez względu na trudności, rekonstrukcja tych sądów może być bardzo owocna dla dalszych kroków analizy.

6.1.7. Charakterystyka materiału badawczego

Prezentowana metoda jest odpowiednia do badania przekazów z dominantą perswazyjną. W metodologii gramatyki komunikacyjnej stanowią one grupę określaną jako „teksty publicystyczne” (przy czym należy pamiętać, iż w omawianym podejściu badawczym termin „tekst” rozumiany jest szeroko jako „wszelkie spostrzeżone przez człowieka komunikującego materialne komponenty komunikatu, które traktuje jako znaczące i wymagające dalszej interpretacji”, zob. Awdiejew, Habrajska, 2010: 8). Jak piszą A. Awdiejew i G. Habrajska, „teksty publicystyczne są bardzo zróżnicowane [...], zaczynając od wiadomości i komentarzy politycznych, a kończąc na artykułach prasowych poświęconych życiu społecznemu i polityce oraz debatach parlamentarnych. Odgrywają ogromną rolę w kształtowaniu opinii publicznej i integracji społecznej, tworzą wizerunki elit rządzących, partii politycznych i ich przedstawicieli, przedstawiają najważniejsze problemy życia społecznego i gospodarczego” (2006: 256). Materiały tego typu spotkać można we wszystkich rodzajach środków masowego przekazu: od prasy przez radio i telewizję, aż po internet (środowisko internetu dostarcza szczególnie ciekawego materiału badawczego ze względu na różnorodność gatunków wypowiedzi, ich synkretyczny charakter, a także ujawnianie się punktu widzenia nie tylko instytucjonalnych nadawców, ale także zwykłych członków społeczeństwa, np. poprzez ich aktywność w komentarzach pod materiałem dziennikarskim czy na forach internetowych). W opracowaniu

skupię się na badaniu wypowiedzi związanych stricte z obszarem polityki, wypowiedzianych przez samych polityków w trakcie debat parlamentarnych; metodę tę można jednak zastosować do badania ideologicznego podłoża także innych gatunków testów, m.in. komentarzy dziennikarskich, wywiadów, dyskusji i debat publicystycznych, ale także wypowiedzi zamieszczanych w grupach funkcjonujących w mediach społecznościowych, na blogach, również wygłaszane przemówienia czy kazania kościelne, a zatem wszelkich tekstów, których celem jest wywarcie wpływu na odbiorców i ukształtowanie ich postaw w określonym kierunku. Wszystkie te przekazy zaliczane są do dyskursu publicystycznego i pozwalają odtworzyć ideologiczną orientację nadawcy.

Elementem dyskursu publicystycznego, stanowiącego szczególny przedmiot zainteresowania w tym rozdziale, jest dyskurs polityki. Tworzą go „wypowiedzi osób należących do elit władzy, związane z pełnionymi przez te osoby rolami i funkcjami politycznymi” (Czyżewski 2010: 23). Dyskurs polityki obejmuje „wypowiedzi polityków w ramach ról przypisanych im w obrębie instytucji politycznych (np. w parlamencie, na posiedzeniach gremiów politycznych różnego szczebla, w trakcie zebrań partyjnych i spotkań posłów lub radnych z mieszkańcami, podczas wieców i mitingów przedwyborczych oraz w politycznych instytucjach międzynarodowych)” (Czyżewski 2010: 22–23). W literaturze przedmiotu wyodrębnia się także dyskurs polityczny, który tworzą publiczne wypowiedzi polityków poza właściwym kontekstem sprawowania funkcji politycznych (np. niektóre wypowiedzi w środkach masowego przekazu), a także wypowiedzi członków elit symbolicznych na tematy polityczne (np. publicystyka polityczna, publiczne wypowiedzi artystów, intelektualistów, duchownych, naukowców i innych na tematy polityczne). Do cech wyróżniających dyskurs polityczny należą zatem jego zakres tematyczny, który wyznaczają problemy społeczno-polityczne, a także jego przejawianie się w mediach. Orientację ideologiczną można badać w zasadzie na dowolnie wybranym spójnym zbiorze tekstów: mogą to być wypowiedzi konkretnej osoby (np. ewolucja poglądów określonego polityka; szczególnie ciekawym problemem wydaje się ustalenie, co dzieje się w orientacji ideologicznej polityka, który zmienia swoją przynależność partyjną) lub grupy (np. partii, koalicji, rządu, opozycji itp.), mogą to być teksty mieszczące się w ramach dyskursu polityków lub realizowane w dyskursie politycznym. Cel badawczy jest determinantą zakresu materiału badawczego.

Dość dużą popularnością cieszy się stosowanie w badaniach materiałów mieszczących się w dyskursie politycznym. Obszerne omówienie różnorodnych należących do tej grupy tekstów wykorzystywanych w kampanii wyborczej z okresu 1989–2002 przedstawił Kazimierz Ożóg (2004), autor pisze jednak: „Nie zamierzam [...] analizować różnic między poszczególnymi kampaniami, moim zadaniem jest pokazanie ogólnych zależności językowych i mechanizmów perswazyjnych (retorycznych) w wolnych kampaniach wy-

borczych na początku III Rzeczypospolitej” (2004: 16). Wojciech Woźniak z kolei koncentruje swą uwagę na analizie programów partyjnych. Píše, że są one „jedynymi dokumentami, które można uznać za całościowe wizje porządku społecznego opracowane przez partie polityczne – jedyne polityczne instytucje, które mają potencjał ich wdrożenia w przypadku zwycięskich wyborów. Są to również opracowania, które lokują partię w konkretnej, historycznej i ideowej przestrzeni” (2017: 41), i dalej, że programy wyborcze „są istotnymi źródłami dokumentującymi trajektorię rozmaitych dyskursów, ich modyfikacje w czasie” (2017: 42). Inspirując się pracą zespołu badawczego *Manifesto Research Group*, badacz dokonuje dalej analizy polskich programów wyborczych, co prowadzi go jednak do konkluzji, że „większość analizowanych materiałów programowych pełni *de facto* funkcję bardziej rozbudowanych ulotek wyborczych niż programowych dokumentów politycznych” (2017: 54). Ciekawy materiał badawczy wybrała do swego studium Agnieszka Figiel: stanowiły go programy wyborcze, stanowiska klubów parlamentarnych i poselskich wygłoszone podczas debat sejmowych, wywiady udzielone przez polityków prasie i wpisy na blogach prowadzonych przez polityków. Jednocześnie jednak A. Figiel postanowiła zrezygnować z systematycznego oglądu dyskursu, pisząc wprost: „interesują mnie tylko pewne wybrane wątki pojawiające się w dyskursie” (2009: 70).

Jednym z najbardziej typowych przejawów dyskursu polityków jest dyskurs parlamentarny, najbardziej charakterystycznym przejawem dyskursu parlamentarnego zaś jest debata parlamentarna. Cechuje się ona niejednorodnością gatunkową, tzn. w jej ramach mieszczą się takie formy wypowiedzi, jak: prezentacja projektu ustawy bądź sprawozdania z prac komisji sejmowych, prezentacja stanowiska klubu parlamentarnego w odniesieniu do tematu debaty, sprostowanie do wypowiedzi posła, pytania poselskie. Pierwsze dwie formy są obligatoryjne, pozostałe nie występują w każdej debacie.

Archiwalne debaty parlamentarne pozyskać można ze strony Sejmu Rzeczypospolitej Polskiej, na której stenogramy posiedzeń dostępne są w postaci plików w formacie pdf. W pliku zawarta jest treść całego posiedzenia, jakie odbywa się określonego dnia obrad i obejmuje zazwyczaj kilka punktów w porządku dziennym. Debata parlamentarna odpowiada jednemu punktowi w porządku dziennym obrad Sejmu RP.

Prezentowana tutaj metoda wykorzystuje analizę kwantytatywną, co pozwala badać równolegle kilka podmiotów politycznych i prowadzić analizy porównawcze, dlatego ważne jest podjęcie w tym miejscu starań o zachowanie proporcji w doborze materiału. W analizie debat parlamentarnych proporcje te można zachować, ekscerpując ze stenogramu debaty wypowiedzi posłów w trybie prezentowania stanowisk klubów parlamentarnych wraz ze sprostowaniami. Ilość czasu na przedstawienie stanowiska klubu jest ustalana w porządku debaty i równa dla wszystkich przemawiających.

Za zasadną należy uznać rekomendację, aby wyodrębnione i wytypowane do analizy wypowiedzi poddać wcześniej szyfrowaniu poprzez usunięcie z tytułu i treści informacji na temat nadawcy. Tak przeprowadzona anonimizacja tekstu jest zabiegiem żmudnym i czasochłonnym, w badaniach z zakresu analizy dyskursu jest to jednak ważny etap, działania analityczne są tu bowiem obciążone dużym udziałem badacza, który to badacz – z racji uczestnictwa w dyskursie społeczno-politycznym – przejawia mimowolne sympatie i antypatie do poszczególnych partii bądź polityków. Anonimizacja uniemożliwia analitykowi identyfikację nadawcy badanego tekstu (czyli posła wygłaszającego oświadczenie w imieniu partii), co sprawia, że indywidualne preferencje osoby prowadzącej eksplorację nie wpływają na wyniki analizy. Po zakończeniu analiz następuje odwrócenie szyfrowania poprzez przypisanie poszczególnym sądom ideologicznym w bazie ideologicznej badanego podmiotu sygnatury tekstu, z którego pochodzą. Operacja ta umożliwia w razie potrzeby odnalezienie tekstu źródłowego.

6.1.8. Sposób analizy

Właściwa analiza tekstu zaczyna się od oddzielenia ramy perswazyjnej od jego merytorycznej części. Ramę perswazyjną wypowiedzi tworzą pomocnicze działania werbalne nadawcy (substrategie wspomagające), dążące do wykreowania wizerunku nadawcy, obrazu odbiorcy, a także związku i zaufania między nimi (zob. Awdiejew, Habrajska 2009: 26–28). Realizują one bardzo ważny z punktu widzenia perswazji cel – przygotowują adresata do akceptacji proponowanej zmiany postawy lub podjęcia określonej aktywności, wyrażonej już w części tekstu dotyczącej treści merytorycznej. Z perspektywy dążenia do skonstruowania profilu ideologicznego przedmiotem zainteresowania jest jednak sama część merytoryczna przekazu, czyli tekst właściwy.

Sposób analizy dzieli się na dwie płaszczyzny: paradygmatyczną i syntagmatyczną. „Na płaszczyźnie paradygmatycznej analizowane są typy danego kroku strategicznego oraz zastosowanych w nim środków perswazyjnych. Z kolei na płaszczyźnie syntagmatycznej analizuje się relacje pomiędzy częściowymi konkluzjami poszczególnych kroków strategicznych oraz ich stosunek do ogólnego celu propagandowego, do którego dany dyskurs dąży. Konkluzje kroków strategicznych mogą tworzyć różne konfiguracje w syntagmatyce dyskursu propagandowego” (Awdiejew, Habrajska 2009: 31).

Realizacja celu, jakim jest konstrukcja profilu ideologicznego, wymaga przeprowadzenia działań badawczych na kilku etapach. Etapy te są proceduralnie zależne – muszą nastąpić w odpowiedniej kolejności, wykonanie kolejnych jest niemożliwe bez przeprowadzenia wcześniejszych. W tabeli 2 prezentuję schematycznie przebieg metody. Następnie szerzej omówię postępowanie na poszczególnych etapach w odniesieniu do materiału badawczego pochodzącego z debat parlamentarnych, pokazując sposób tworzenia profilu ideologicznego partii politycznej.

Tabela 2. Metoda konstruowania profilu ideologicznego

	Cel	Podstawa opracowania	Procedura		Efekt
Etap 1	kodowanie danych językowych	teksty wypowiedzi politycznych	1	oddzielenie ramy perswazyjnej od tekstu właściwego	baza sądów ideologicznych
			2	analiza paradygmatyczna	
			3	analiza syntagmatyczna	
Etap 2	ustalenie orientacji ideologicznej	baza sądów ideologicznych	1	wyodrębnienie znaczników ideologicznych dla badanych ideologii	profil ideologiczny wyrażony tabelarycznie (ewentualnie także graficznie)
			2	klasyfikowanie uogólnionych sądów ideologicznych do odpowiednich znaczników ideologicznych	
			3	utworzenie profilu ideologicznego	

Źródło: opracowanie własne.

6.1.9. Konstruowanie profilu ideologicznego partii politycznej

Podstawą opracowania w pierwszym etapie postępowania badawczego jest korpus tekstów. Celem podejmowanych działań jest zakodowanie danych. Kodowanie „wiąże się [...] z identyfikacją i rejestrowaniem jednego lub więcej fragmentów tekstu albo innego rodzaju danych [...], które wyrażają, na poziomie teoretycznym lub opisowym, tę samą ideę” (Gibbs 2008: 38). Sądy ideologiczne w poszczególnych fragmentach tekstów wyrażone są wprost lub zawarte implicytnie. W badaniu ideologii prezentowaną metodą sens analizowanej porcji materiału zakodowany jest pod postacią odtworzonego w wyniku analiz ogólnego sądu ideologicznego. Stosowany kod ma tutaj charakter opisowy (rekordy wyrażane są w postaci zdania); zdarza się, że stosuje się kodowanie *in vivo* (dyskurs parlamentarny charakteryzuje się tym, że sądy ideologiczne werbalizowane są *explicite*).

6.1.10. Zasady kodowania danych w analizie dyskursu metodą gramatyki komunikacyjnej

Bazując na założeniach analizy dyskursu, przyjmuję, że orientacja ideologiczna nadawcy manifestuje się za pomocą języka w produkowanych przez niego tekstach. Poprzez stosowanie odpowiednich środków i strategii językowych nadawca wyraża sądy aksjologiczne o rzeczywistości. W dyskursie politycznym ową rzeczywistością jest przestrzeń społeczno-polityczna (por. Awdiejew 2008).

Przyjmuje się założenie, że „wszelkie interakcyjne działania oceniające mają charakter ideologiczny, stanowią pewną reinterpretację aksjologiczną otaczającego świata, dlatego analiza postępowania interlokutorów w różnych strategiach oceniająco-emotywnych daje możliwość określenia ich priorytetów ideologicznych, wykrycia ich preferencji, czyli ustalenia ich indywidualnych systemów wartości, inaczej mówiąc, ich bazy ideologicznej” (Awdiejew, Habrajska 2009: 13).

Ustalenie baz ideologicznych wymaga wykonania następujących kroków:

Krok 1: Analiza ramy perswazyjnej

Pierwszy etap polega na oddzieleniu ramy perswazyjnej od części merytorycznej tekstu. Ramę perswazyjną wypowiedzi perswazyjnej tworzą pomocnicze działania werbalne nadawcy (zob. Awdiejew, Habrajska 2009: 26–28). Są to substrategie wspomagające i nie wiążą się na zasadzie wynikania z merytoryczną częścią wypowiedzi. Do ramy perswazyjnej zaliczamy działania werbalne nadawcy mające na celu:

- kreowanie wizerunku nadawcy,
- kreowanie wizerunku odbiorcy,
- kreowanie więzi między nadawcą a odbiorcą.

Językowe mechanizmy służące realizacji tych zamierzeń wraz z egzemplifikacją zawarte zostały w książce pt. *Mechanizmy manifestowania orientacji ideologicznej w dyskursie parlamentarnym* (Filipczak-Białkowska 2018a: 77–82).

Krok 2: Analiza paradygmatyczna

Analiza paradygmatyczna obejmuje badanie emotywno-oceniających aktów mowy. Dotarcie do sądów ideologicznych wymaga analizy aktów mowy, które niosą informację na temat sposobu oceniania przez nadawcę przedstawianego stanu rzeczy. Opis uwzględnia typowe akty mowy emotywno-oceniające wprowadzane odpowiednimi operatorami, a także akty mowy, w których funkcja oceniająca występuje jako towarzysząca. Zasady analizy aktów mowy przedstawione są w literaturze przedmiotu (szczególnie ważne pozycje to: Awdiejew 2004; Awdiejew, Habrajska 2006: 87–104, 130–137). Podpartą bogatą egzemplifikacją analizę emotywno-oceniających aktów mowy przeprowadzoną metodą gramatyki komunikacyjnej w odniesieniu do tekstów należących do dyskursu parlamentarnego zawierają prace E. Laskowskiej (2004) i A. Filipczak-Białkowskiej (2010; 2016; 2018a: 87–107).

Celem paradygmatycznej analizy kroków strategicznych jest uzyskanie kolekcji wyeksponowanych na powierzchni tekstu sądów aksjologicznych, które następnie poddaje się analizie syntagmatycznej.

Krok 3: Analiza syntagmatyczna

Pomiędzy poszczególnymi działaniami strategicznymi w tekście zachodzą różne związki, także hierarchiczna zależność (Awdiejew, Habrajska 2009). Związki te należy przeanalizować, aby dotrzeć do elementów dyskursu niewyrażonych w tek-

ście wprost, będących jednak podstawą aksjologiczną, na której nadawca opiera swój wywód. Sądy tworzące tę podstawę, mające postać uogólnionych sądów aksjologicznych, stanowią przejawianie się orientacji ideologicznej nadawcy. Dotarcie do tych sądów możliwe jest dzięki standaryzacji ciągów argumentacyjnych (zob. Awdiejew, Habrajska 2006: 266–270). Wymaga to odtworzenia argumentu aksjologicznego, czyli dokonania jego standaryzacji, innymi słowy – zwerbalizowania poszczególnych elementów argumentu i wyrażenie go w postaci schematycznej:

RO (reguła ogólna): $Q(X)$

SK (sąd kwalifikujący): $x \in X$

K (konkluzja): $Q(x)$

gdzie X oznacza klasę obiektów ideologicznych, x to konkretny obiekt rzeczywistości politycznej, a Q to określona atrybucja (por. Awdiejew 2008: 69). Reguła ogólna w argumencie aksjologicznym ma postać uogólnionego sądu aksjologicznego, który nadawca uznaje za słuszny.

Standaryzację argumentów uznaje się za jedno z najtrudniejszych zabiegów analitycznych, ponieważ większość składników, które uczestniczą w ciągach argumentacyjnych, ma charakter domniemany lub pośredni, a ich werbalna postać – z konieczności – jest często wyborem samego analityka (por. Filipczak-Białkowska 2016). Przeprowadzenie analizy syntagmatycznej pozwala jednak odtworzyć uogólnione sądy ideologiczne, które stanowią jednostki kodowania. Ich zbiór, wyekscerpowany na podstawie zgromadzonego materiału badawczego, tworzy bazę danych. Szczegółowe omówienie zasad prowadzenia analizy syntagmatycznej z przykładami zawarte zostało w pracy *Manifestowanie orientacji ideologicznej w dyskursie politycznym* (Filipczak-Białkowska 2018a: 108–125).

Utworzenie bazy danych kończy etap działań badawczych na poziomie jednostkowych tekstów. Na ich podstawie uzyskuje się wnioski na temat stosowanych mechanizmów językowych, używanych do wywierania wpływu na odbiorców w procesie komunikacji, także do manifestowania orientacji ideologicznej. Językowe mechanizmy eksponowania orientacji ideologicznej w dyskursie parlamentarnym zostały już precyzyjnie opisane (Laskowska 2004; Filipczak-Białkowska 2018a), nie ma potrzeby ich powtarzać, ich charakterystyka nie jest też bezpośrednio związana z celem powziętym w niniejszym opracowaniu.

Na tym etapie orientacja ideologiczna ma postać bazy – nieuporządkowanych jeszcze – sądów ideologicznych. Ich opracowanie wymaga wyjścia z poziomu tekstu i przejścia na poziom dyskursu – spojrzenia na uzyskane dane w sposób globalny, uogólniający. Wymaga także odwołania się do planu interdyscyplinarnego i – w zależności od celów badawczych – do dyscyplin umożliwiających rozwiązanie problemu badawczego. Dla dyskursu parlamentarnego i problematyki badania ideologii taką dyscypliną jest politologia.

Celem drugiego etapu postępowania badawczego jest skonstruowanie profilu ideologicznego badanego podmiotu. Procedura prowadząca do jego uzyskania przebiega w kilku krokach. Pierwszy krok to wyodrębnienie znaczników ideologicznych. Dla każdej dowolnej ideologii (np. konserwatyzm, liberalizm, socjalizm) przebiega on w podobny sposób. Warto podkreślić, że nie tylko nie jest wymagane, ale wręcz wysoce niepożądane przygotowywanie nowego narzędzia do każdego badania, na tym etapie wskazana jest natomiast dyskusja nad jego obecnym kształtem, aby można było je udoskonalić i wypracować wersję, która będzie przynosić wyniki badawcze cechujące się możliwie najwyższym poziomem rzetelności. Utworzenie takiego narzędzia pozwoli na prowadzenie cennych poznawczo analiz porównawczych.

W kolejnym kroku należy dokonać kategoryzacji uogólnionych sądów ideologicznych zgromadzonych w bazie sądów ideologicznych badanego podmiotu. Wykorzystuje się przy tym wyodrębnione wcześniej znaczniki ideologiczne. Zgodnie z założeniami gramatyki komunikacyjnej w badaniu ideologii metodami lingwistycznymi zasadnicze zadanie polega na stwierdzeniu faktu konsekwentnego odnoszenia się badanego nadawcy do określonego systemu wartości (por. Awdiejew 2008: 69). Cel ten można zrealizować, dokonując konstrukcji profilu ideologicznego dla danego podmiotu. Profil ideologiczny stanowi precyzyjny, ustrukturyzowany opis orientacji ideologicznej. Aby go uzyskać, wcześniej należy przeprowadzić operację kategoryzacji: sądy ideologiczne zgromadzone w bazie sądów ideologicznych badanego podmiotu należy przyporządkować do kategorii, które tworzą wskazane znaczniki ideologiczne tradycyjnych systemów (konserwatyzmu, liberalizmu, socjalizmu; jeśli wymaga tego realizacja celu badawczego – również innych ideologii). Podczas tego działania analitycznego należy kierować się zasadą odpowiedniości sensu wyrażanego przez poszczególne sądy ideologiczne do obszaru ideologii objętego określonym znacznikiem ideologicznym (zasada właściwa dla procesu parafrazowania).

Kolejny etap wymaga przeprowadzenia analizy częstości, czyli ilościowej analizy rozkładu danych z bazy sądów ideologicznych badanego podmiotu w poszczególnych kategoriach znaczników ideologicznych. W ten sposób uzyskuje się liczbową reprezentację nasilenia znaczników ideologicznych w bazie badanego. Na podstawie profilu ideologicznego można ustalić dla poszczególnych podmiotów obszary, które są dominujące w ich dyskursie – znaczniki o najwyższej reprezentacji są wyrazem pewnej konsekwencji odnoszenia się badanego podmiotu do tego obszaru ideologii.

Etap drugi kończy się, gdy utworzony zostanie profil ideologiczny, wyrażony tabelarycznie, ewentualnie także graficznie.

Realizacja opisanej metody badawczej wymaga od badacza gruntownej wiedzy z zakresu pragmatyki językowej, zwłaszcza w zakresie teorii aktów mowy, umiejętności operowania analitycznego w procesie standaryzacji argumentów aksjologicznych zgodnie z wytycznymi gramatyki komunikacyjnej. Pomocna

jest także wiedza z obszaru psychologii społecznej w zakresie mechanizmów wywierania wpływu (obecnych w np. działaniach językowych należących do ramy perswazyjnej), a także nauk o polityce w zakresie ideologii i procesów społeczno-politycznego funkcjonowania państwa. Metoda konstruowania profilu ideologicznego dostarcza informacji o określonym dyskursie ideologicznym. Ich interpretacja w odniesieniu do sfery społeczno-politycznej organizacji państwa będzie zależeć od przyjętych celów badawczych. Potencjał metody w zakresie dostarczania danych na temat dyskursu opartych na rzetelnej analizie językowej pozwala jednak postrzegać ją jako użyteczną w poszukiwaniach prowadzonych przez zespoły interdyscyplinarne, podejmujących prace badawcze mieszczące się w nurcie analizy dyskursu.

6.1.11. Ograniczenia metody

Jak każda metoda, ta również ma pewne ograniczenia. To ważne, aby badacz zdawał sobie z nich sprawę: świadomość ograniczeń metody z jednej strony powstrzymuje przed wyciąganiem nieuprawnionych wniosków, z drugiej zaś – stykuluje do zastosowania rozwiązań metodologicznych, które niwelują ich niekorzystny wpływ.

1. Charakter materiału badawczego

Debaty parlamentarne uznają za dobrą podstawę do badania orientacji ideologicznej podmiotów politycznych. Zakres poruszanych problemów i stosowane procedury sprawiają, że dyskurs parlamentarny jest zorientowany merytorycznie i stosunkowo ujednolicony pod względem formy w przeciwieństwie do wypowiedzi polityków zapośredniczonych medialnie (np. wygłoszonych podczas debat publicystycznych lub zamieszczonych w mediach społecznościowych). Celem medialnych wypowiedzi polityków jest z jednej strony odniesienie się do przedmiotu dyskusji, z drugiej – wykreowanie zamierzonego wizerunku swojego lub konkurencji, a czasem także skierowanie dyskusji i uwagi opinii publicznej na odpowiedni obszar, zgodnie z intencją mówcy (przy czym trudno ustalić prymarność jednego z tych celów). Współwystępowanie w sposób konieczny tych dodatkowych celów sprawia, że politycy stosują różnorodne zabiegi komunikacyjne podporządkowane założonej strategii, a kluczowa część merytoryczna (ideologiczna) staje się wówczas zaciemniona. Oczywiście, debaty parlamentarne nie są zupełnie wolne od tego typu wizerunkowych elementów, są one jednak regulowane ograniczeniami (np. wynikającymi z regulaminu sejmu). Oddzieleniu elementów pozamerytorycznych od właściwej treści wypowiedzi parlamentarzystów służy analiza ramy perswazyjnej, jaką wykonuje się na początku działań badawczych.

Słabością debat parlamentarnych jako materiału badawczego są ograniczenia, jakie wnoszą one do prowadzenia badań porównawczych. Materiał ten obejmuje tylko partie, które uzyskały w wyborach wynik uprawniający je do

zasiadania w sejmie. W efekcie skład reprezentacji parlamentarnej w każdych kolejnych kadencjach wypełniony może być (i zazwyczaj jest) przez różne partie – niektóre nie wchodzą do parlamentu, inne rozpadają się, jeszcze inne istotnie przekształcają lub tworzą koalicje. Taki stan rzeczy sprawia, że porównywanie orientacji ideologicznych poszczególnych partii w różnych okresach czasu jest znacznie utrudnione. Należy również pamiętać, że wybrany materiał badawczy reguluje możliwość generalizowania wyników. Bardzo ważna jest tutaj cezura czasowa – w związku z możliwością zachodzenia fluktuacji w obrębie orientacji ideologicznych podmiotów, uzyskanych wyników nie można nadmiernie uogólniać ani odnosić ich do zbyt szerokiej perspektywy czasowej.

2. Postawa badacza

Jednym z najważniejszych zarzutów stawianych badaniom z zakresu analizy dyskursu jest duży wpływ cech badacza na efekt analizy. Z przyjętych w tym opracowaniu założeń na temat ideologii (mających swe źródło w psychologii politycznej) wynika, że każdy człowiek ma zinternalizowane jakieś ideologie, jedne są mu bliższe, na inne zaś patrzy bardziej krytycznie. Warto, by badacz miał świadomość swojego uwikłania w przedmiot dociekań. Trudno nie zgodzić się z twierdzeniem, że „zaangażowanie ukryte pod płaszczkiem neutralnych, kartezjańskich diagnoz jest dużo bardziej niebezpieczne niż działanie jawne politycznie” (Sulikowski 2014: 105). Wynika z tego bowiem istotne niebezpieczeństwo dla rzetelności badań – proces analizy dyskursu zagrożony jest błędem internalizacji, który polega na przypisywaniu przez badacza autorom wypowiedzi jego własnych pojęć, przekonań, założeń, sposobów opisu i kategoryzowania świata. Jak jednak podkreśla Małgorzata Lisowska-Magdziarz, „w istocie jednym z najciekawszych zadań AD jest właśnie próba odkrycia, ujawnienia, ukazania systemu pojęciowego, przekonań, ukrytych założeń autorów dyskursu” (2006: 26). Innym zarzutem pod adresem badacza może być jego dążenie do potwierdzania założonych hipotez, czyli tzw. błąd konfirmacji. Aby ograniczyć udział preferencji i uprzedzeń badacza (czyli możliwość błędu internalizacji), w proponowanej metodzie wprowadziłam zasadę anonimizacji tekstów. Zastosowanie rozbudowanej procedury badawczej, rozbudowanie i usystematyzowany charakter działań analitycznych (prowadzonych na poziomie jednostkowych aktów mowy) oraz wykonywana analiza ilościowa jako podstawa ostatecznych wniosków istotnie ograniczają możliwość popełnienia błędu konfirmacji.

3. Procedury analityczne

Jako istotną słabość badań realizowanych w paradygmacie analizy dyskursu wskazuje się to, że uzyskany efekt interpretacji materiału może być różny w zależności od zasobów wiedzy pozostającej w dyspozycji badacza. Analiza lingwistyczna aktów mowy emotywno-oceniających znacznie ogranicza swobodę interpretatora, ze specyfiki materiału badawczego wynika również to, że

wiele sądów ideologicznych wyrażonych jest wprost – te dwa aspekty regulują wpływ badacza na uzyskany wynik badania. Podobnie podczas standaryzacji argumentów zawartych w tekście podkreśla się stanowiącą słabość metody właściwość, zgodnie z którą werbalizacja poszczególnych elementów ciągów argumentacyjnych jest wyborem samego analityka (zob. Awdiejew, Habrajska 2009). Uczynienie podstawą tego etapu wyników analizy konkretnych aktów mowy, dla których istnieją językowe wykładniki w tekście, sprawia, że uzyskiwane w procesie standaryzacji uogólnione sądy ideologiczne nie oddalają interpretacji od tekstu w nieuprawniony sposób. Z drugiej strony może pojawić się zarzut o nie dość wyczerpującą interpretację – jestem gotowa zgodzić się z tym, mimo wszystko nie wprowadzam jednak modyfikacji w metodzie badawczej, a to dlatego, że uznaję, iż zasada opierania się na zawartych w tekście wykładnikach językowych zapewnia wyższą rzetelność naukową uzyskiwanych wyników.

4. Płaszczyzna porównań

Interdyscyplinarny charakter analizy dyskursu sprawia, że konieczne jest sięganie do treści właściwych naukom pokrewnym, w których polu badawczym mieści się rozważane zagadnienie. Ideologie należą do obszaru zainteresowań nauk politologicznych. Funkcjonują w nich w postaci opisów, często rozbudowanych, co znacznie ogranicza ich użyteczność do analiz prowadzonych na gruncie komunikacyjnym. Konieczna jest ich transformacja do postaci użytecznego narzędzia. W prezentowanej w tym rozdziale metodzie badawczej proponuję narzędzie w postaci kolekcji znaczników ideologicznych, opierając się na trzech głównych ideologiach: konserwatyzmie, liberalizmie i socjalizmie. Nie można jednak wykluczyć, że w bazach danych można byłoby niektóre sądy ideologiczne skorelować z treściami typowymi dla innych ideologii, np. nacjonalizmu czy faszyzmu. Również wyodrębnienie zaproponowanych znaczników i ustalenie ich zakresu może być kwestią dyskusyjną – być może inny badacz wyodrębniłby inne znaczniki lub zmienił ich zakresy znaczeniowe. Jednocześnie ostateczny kształt narzędzia nie jest efektem zupełnej swobody badawczej – wyróżnienia znaczników dokonałam na podstawie ustaleń zawartych w literaturze przedmiotu (por. podrozdział 6.1.5. Operacjonalizacja ideologii). Niewątpliwie jednak koncepcja znaczników ideologicznych pozwala hierarchizować poszczególne treści właściwe dla badanego dyskursu, a także ukierunkowuje interpretacje. Prowadzi do wniosków użytecznych w naukach społecznych, opierając je na rzetelnych analizach lingwistycznych. Wcześniej, jak wspomniano na początku rozdziału, analizę lingwistyczną traktowano w tych dyscyplinach w sposób bardzo wybiórczy, ograniczając się do eksцерpowania przykładów ilustrujących poczynione wcześniej spostrzeżenia badacza. W proponowanej tutaj metodzie wnioski odnośnie do prawidłowości rządzących badanym dyskursem społeczno-politycznym oparte są na systematycznej analizie jego warstwy językowej.

Metoda badania dyskursu proponowana w tym opracowaniu może być rozwijana i modyfikowana, np. celem wartym zrealizowania jest ustalenie precyzyjnych kryteriów dotyczących parafrazowania sensu wypowiedzi. Pozwoliłoby to sformułować konkretne wytyczne w zakresie analogii treściowej sądów ideologicznych zgromadzonych w bazie badanego podmiotu i znaczników ideologii. Niemniej jednak już teraz pozwala ona realizować prowadzące do ciekawych wniosków poznawczych badania z zakresu analizy dyskursu przy zachowaniu postulatu rzetelności.

Literatura

- Austin John L. (1993), *Mówienie i poznawanie. Rozprawy i wykłady filozoficzne*, przeł. B. Chwedeńczuk, Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warszawa.
- Awdiejew Aleksy (2004), *Gramatyka interakcji werbalnej*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków.
- Awdiejew Aleksy (2007), *Konstruowanie trzeciej rzeczywistości*, [w:] *Mechanizmy perswazji i manipulacji*, red. G. Habrajska, Oficyna Wydawnicza Leksem, Łask, s. 95–104.
- Awdiejew Aleksy (2008), *Ideologia. Postawa i komunikacja*, [w:] *Ideologie w słowach i obrazach*, red. I. Kamińska-Szmaj i in., Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław, s. 65–72.
- Awdiejew Aleksy (2018), *Wstęp do teorii parafrazy*, [w:] *Parafrazowanie w dyskursie artystycznym*, red. G. Habrajska, Primum Verbum, Łódź, s. 9–14.
- Awdiejew Aleksy, Habrajska Grażyna (2004), *Wprowadzenie do gramatyki komunikacyjnej*, t. 1, Oficyna Wydawnicza Leksem, Łask.
- Awdiejew Aleksy, Habrajska Grażyna (2006), *Wprowadzenie do gramatyki komunikacyjnej*, t. 2, Oficyna Wydawnicza Leksem, Łask.
- Awdiejew Aleksy, Habrajska Grażyna (2009), *Strategie propagandowe i agitacyjne*, [w:] *Rozmowy o komunikacji 3. Problemy komunikacji społecznej*, red. G. Habrajska, Oficyna Wydawnicza Leksem, Łask, s. 9–54.
- Awdiejew Aleksy, Habrajska Grażyna (2010), *Komponowanie sensu w procesie odbioru komunikatu*, Primum Verbum, Łódź.
- Biskupska Kamila (2011), *Pamięć społeczna w zwierciadle języka. Analiza dyskursu pokolenia przełomu*, Wydawnictwo Uniwersytetu Opolskiego, Opole.
- Bralczyk Jerzy (1977), *Język polityki i polityka językowa*, „Socjolingwistyka”, t. 1, red. W. Lubaś, Warszawa, s. 92–97.
- Chodubski Andrzej (2015), *Etnocentryzm jako doktryna polityczna*, [w:] *Ideologie, doktryny, ruchy społeczne i polityczne. Wybrane problemy*, red. M. Marczevska-Rytko, W. Ziętara, Lublin, Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, s. 97–108.
- Chwedoruk Rafał (2015), *Zachodni marksizm w praktyce – ruch robotniczy jako Gegenwelt*, [w:] *Ideologie, doktryny, ruchy społeczne i polityczne. Wybrane problemy*, red. M. Marczevska-Rytko, W. Ziętara, Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, Lublin, s. 219–233.
- Czyżewski Marek (2010), *Wprowadzenie*, [w:] *Rytualny chaos. Studium dyskursu publicznego*, red. M. Czyżewski i in., Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa, s. 15–48.

- Dant Tim (1991), *Knowledge, Ideology and Discourse: A Sociological Perspective*, Routledge, London–New York.
- Duszak Anna (1998), *Tekst, dyskurs, komunikacja międzykulturowa*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Fairclough Norman (1989), *Language and Power*, Longman, London.
- Fairclough Norman, Duszak Anna (2008), *Wstęp: Krytyczna analiza dyskursu – nowy obszar badawczy*, [w:] *Krytyczna analiza dyskursu: interdyscyplinarne podejście do komunikacji społecznej*, red. A. Duszak, N. Fairclough, Universitas, Kraków, s. 7–29.
- Figiel Agnieszka (2009), *Języki IV RP. Podziały społeczno-polityczne w dyskursie polityki*, Wydawnictwo Naukowe Wydziału Nauk Społecznych Uniwersytetu im. A. Mickiewicza w Poznaniu, Poznań.
- Filipczak-Białkowska Anita (2010), *Mechanizmy manifestowania orientacji aksjologicznej na przykładzie debat parlamentarnych*, [w:] *Rozmowy o komunikacji 4. Metodologia i praktyka komunikacji społecznej*, red. G. Habrajska, Oficyna Wydawnicza Leksem, Łask, s. 71–85.
- Filipczak-Białkowska Anita (2016), *Niedosłowność jako strategia w tekstach politycznych – metody, funkcje, interpretacja*, [w:] *Język a komunikacja 37: Niedosłowność w języku*, red. M. Odelski i in., Krakowskie Towarzystwo Popularyzowania Wiedzy o Komunikacji Językowej „Tertium”, Kraków, s. 103–114.
- Filipczak-Białkowska Anita (2018a), *Mechanizmy manifestowania orientacji ideologicznej w dyskursie politycznym*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego–Primum Verbum, Łódź.
- Filipczak-Białkowska Anita (2018b), *Obiekty ideologiczne w dyskursie parlamentarnym*, „Acta Universitatis Lodzensis. Folia Litteraria Polonica”, nr 2 (48), s. 101–112.
- Filipczak-Białkowska Anita (2020), *Does standard interpretation exist? Empirical verification of selected assumptions of communicational grammar*, „Acta Universitatis Lodzensis. Folia Litteraria Polonica”, nr 3 (20), s. 171–197.
- Filipczak-Białkowska Anita (2021), *Od prawicy do lewicy. Struktura ideologiczna polskich partii politycznych w latach 2015–2017*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź, w druku.
- Grice Paul H. (1975), *Logic and conversation*, [w:] *Syntax and Semantics 3: Speech Acts*, red. P. Cole, J. Morgan, Academic Press, New York, s. 41–58.
- Habrajska Grażyna (2008), *Przeżywanie ideologii*, [w:] *Ideologie w słowach i obrazach*, red. I. Kamińska-Szmaj i in., Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław, s. 56–64.
- Habrajska Grażyna (2012), *Wybrane zagadnienia wprowadzające do nauki o komunikowaniu*, Primum Verbum, Łódź.
- Heywood Andrew (2008), *Ideologie polityczne. Wprowadzenie*, przeł. M. Habura, N. Orłowska, D. Stasiak, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Heywood Andrew (2011), *Politologia*, przeł. B. Maliszewska, M. Masojć, N. Orłowska, D. Stasiak, Warszawa, rozdz. 3: *Ideologie polityczne*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa, s. 51–81.
- Holsti Ole R. (1967), *Cognitive dynamics and images of the enemy*, [w:] *Enemies in Politics*, red. D.J. Finlay, O.R. Holsti, R.R. Fagen, Rand McNally, Chicago, s. 25–96.
- Kamińska-Szmaj Irena (2001), *Słowa na wolności. Język polityki po 1989: wypowiedzi, dowcip polityczny, słownik inwektyw*, Wydawnictwo Europa, Wrocław.

- Kampka Agnieszka (2009), *Perswazja w języku polityki*, Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa.
- Klejdzysz-Michałek Natalia (2003), *Konserwatyzm jako ideologia, doktryna, postawa*, [w:] *Konserwatyzm. Historia i współczesność*, red. S. Stępień, Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, Lublin, s. 27–37.
- Laskowska Elżbieta (2004), *Dyskurs parlamentarny w ujęciu komunikacyjnym*, Wydawnictwo Akademii Bydgoskiej im. Kazimierza Wielkiego, Bydgoszcz.
- Legutko Ryszard (1994), *Trzy demokracje*, [w:] *Etyka absolutna. Społeczeństwo otwarte*, Arcana, Kraków, s. 108–138.
- Lipiński Adam (2016), *Prawica na polskiej scenie politycznej w latach 1989–2011. Historia, organizacja, tożsamość*, Dom Wydawniczy ELIPSA, Warszawa.
- Olszewski Edward (2003), *Ideologia i ruch konserwatywny*, [w:] *Konserwatyzm. Historia i współczesność*, red. S. Stępień, Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, Lublin, s. 11–23.
- Ożóg Kazimierz (2004), *Język w służbie polityki. Językowy kształt kampanii wyborczych*, Wydawnictwo Uniwersytetu Rzeszowskiego, Rzeszów.
- Pisarek Walery (1983), *Analiza zawartości prasy*, Ośrodek Badań Prasoznawczych, Kraków.
- Pisarek Walery (1986), *Szkic wstępu do politolingwistyki*, „Prace Filologiczne”, nr 33, s. 55–60.
- Piwnicki Grzegorz (2015), *Współczesny nacjonalizm a globalizacja przełomu XX i XXI wieku*, [w:] *Ideologie, doktryny, ruchy społeczne i polityczne. Wybrane problemy*, red. M. Marczevska-Rytko, W. Ziętara, Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej Lublin, s. 123–134.
- Plecka Danuta (2015), *Liberalizm w Polsce na przełomie XX i XXI wieku. Zarys problemu*, [w:] *Ideologie, doktryny, ruchy społeczne i polityczne. Wybrane problemy*, red. M. Marczevska-Rytko, W. Ziętara, Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, Lublin, s. 185–194.
- Podsiad Antoni (2000), *Słownik terminów i pojęć filozoficznych*, Instytut Wydawniczy Pax, Warszawa.
- Polkowska Laura (2015), *Język prawicy*, Wydawnictwo Uniwersytetu Kardynała Stefana Wyszyńskiego, Warszawa.
- Ponczek Eugeniusz (2015), *Możliwości poznawcze myśli politycznej i ruchów politycznych – odmienności i podobieństwa przedmiotów badań*, [w:] *Ideologie, doktryny, ruchy społeczne i polityczne. Wybrane problemy*, red. M. Marczevska-Rytko, W. Ziętara, Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, Lublin, s. 69–84.
- Prokop Jan (2002), *Od Robespierre’a do Lenina. Ideologie – mity polityczne – wyobrażenia zbiorowa*, Arcana, Kraków.
- Reisigl Martin (2011), *Analiza retoryki politycznej*, [w:] *Jakościowa analiza dyskursu w naukach społecznych*, red. R. Wodak, M. Krzyżanowski, Oficyna Wydawnicza Łośgraf, Warszawa 2011, s. 151–186.
- Rogaczewska Krystyna (2015), *Polskie koncepcje solidaryzmu społecznego na przykładzie Leopolda Caro*, [w:] *Ideologie, doktryny, ruchy społeczne i polityczne. Wybrane problemy*, red. M. Marczevska-Rytko, W. Ziętara, Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, Lublin, s. 247–257.
- Searle John (1987), *Czynności mowy*, przeł. B. Chwedeńczuk, Instytut Wydawniczy Pax, Warszawa.

- Sieradzka-Baziur Bożena (2011), *Język polityki – dotychczasowe prace oraz perspektywy badawcze*, „Horyzonty Polityki” nr 2: *Polityczny potencjał człowieka*, s. 89–110.
- Sokoł Wojciech (2015), *Pojęcie i tożsamość chrześcijańskiej demokracji*, [w:] *Ideologie, doktryny, ruchy społeczne i polityczne. Wybrane problemy*, red. M. Marczevska-Rytko, W. Ziętara, Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, Lublin, s. 259–269.
- Sulikowski Adam (2014), *Perspektywa zastosowań metod Krytycznej Analizy Dyskursu w badaniach nad prawem. Kilka uwag*, „Wrocławskie Studia Erazmiańskie”, z. 8: *Rozprawa o metodzie prawa i polityki*, s. 99–112.
- Warzecha Adam (2014), *Krytyczna analiza dyskursu (KAD) w ujęciu Normana Fairclougha. Zarys problematyki*, „Konteksty Kultury. Pismo Kolegium Nauczycielskiego w Bielsku-Białej”, nr 11 (2), s. 164–189.
- Wodak Ruth (2011), *Wstęp*, [w:] *Jakościowa analiza dyskursu w naukach społecznych*, red. R. Wodak, M. Krzyżanowski, Oficyna Wydawnicza Łośgraf, Warszawa, s. 11–48.
- Woźniak Wojciech (2017), *Programy polskich partii politycznych jako materiał empiryczny w badaniach dyskursu politycznego*, „Środkowoeuropejskie Studia Polityczne”, nr 2, s. 41–58.
- Ziętara Wojciech (2015), *Kryzysy ideowy współczesnej socjaldemokracji*, [w:] *Ideologie, doktryny, ruchy społeczne i polityczne. Wybrane problemy*, red. M. Marczevska-Rytko, W. Ziętara, Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, Lublin, s. 205–218.
- Ziętek-Wielomska Magdalena, Wielomski Adam (2015), *Nacjonalizm jako próba rewitalizacji doktryny narodowej i postulatu państwa narodowego*, [w:] *Ideologie, doktryny, ruchy społeczne i polityczne. Wybrane problemy*, red. M. Marczevska-Rytko, W. Ziętara, Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, Lublin, s. 109–122.
- Zuba Krzysztof (2015), *Między pragmatyzmem a radykalizmem. Ideologia w dobie postideologii*, [w:] *Ideologie, doktryny, ruchy społeczne i polityczne. Wybrane problemy*, red. M. Marczevska-Rytko, W. Ziętara, Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, Lublin, s. 19–28.

Aneks. Charakterystyka znaczników ideologicznych konserwatyzmu, liberalizmu i socjalizmu

A. Konserwatyzm

Nazwa znacznika	Charakterystyka
wartości chrześcijańskiej demokracji	Prawo naturalne i kształt społeczeństwa pochodzi od Boga. Jeśli istoty ludzkie ingerują w sposób urzędzenia świata, to rzucają wyzwanie woli Bożej, co może doprowadzić do pogorszenia, a nie poprawy stanu ludzkich spraw.
moralna ułomność człowieka	Istoty ludzkie są niedoskonałe pod względem moralnym. Rodzaj ludzki jest egoistyczny i chciwy, w żaden sposób nie da się go ulepszyć. Zdolności intelektualne rodzaju ludzkiego są ograniczone.
odpowiedzialność pokoleniowa	Obrona tradycji – wartości, zwyczajów oraz instytucji. Obecne pokolenie jest odpowiedzialne za jakość życia przyszłych pokoleń i osiągnięcia przodków. Zmiana, gdy konieczna, wymaga reform, bo one powstrzymują falę rewolucji i podtrzymują status quo.
patriotyzm romantyczny	Naród jest mobilizowany do walki za „ojczyznę”, wspieranie „dumy z własnego narodu”. Należy upamiętniać minione epoki chwały czy triumfu narodu przez wspominanie zwycięstw zbrojnych, wykorzystywanie symboli tożsamości narodowej.
paternalizm rodzicielski	Rodzice mają władzę nad dziećmi: kontrolują praktycznie każdy aspekt ich młodego życia; dzieci nie wiedzą, co jest dla nich dobre. Rodzice są zobowiązani do zapewnienia warunków bytowych, gdy trzeba, także do karania dzieci.
paternalizm państwa	Spółeczeństwo nie wie, co jest dla niego dobre, władza wie. Skutecznym czynnikiem nakłaniającym społeczeństwo do pożądanego zachowania i odstraszącym od popełniania przestępstw jest rygorystycznie egzekwowane „twarde” prawo.
autorytaryzm rządów	Rząd pochodzi „z góry”, władzę nad społeczeństwem sprawuje się niezależnie od jego zgody lub jej braku. To władza wie, co dla społeczeństwa jest najlepsze.
silny rząd	Centralizacja władzy, czyli koncentracja uprawnień decyzyjnych w rękach organów centralnych i ograniczenie kompetencji niższych szczebli struktury organizacyjnej, np. samorządu terytorialnego.
suwerenność państwa	Podkreślanie konieczności zachowania suwerenności narodowej i kulturowej w ramach Europy. Potrzeba obrony suwerennych instytucji narodowych i odrębnej waluty narodowej jako symboli tożsamości narodowej. Epokowym sukcesem jest zwycięstwo nad komunizmem.

Nazwa znacznika	Charakterystyka
własność indywidualna	Posiadanie własności daje ludziom poczucie pewności siebie i zabezpieczenia na „czarną godzinę”. Jeśli interesowi narodowemu służy państwowa interwencja w ekonomię, to wówczas wolność gospodarcza musi zostać ograniczona.
społeczeństwo hierarchiczne	Społeczeństwo jest z natury hierarchiczne i charakteryzuje się stałą lub ustaloną gradacją społeczną. Istnieje naturalna nierówność w zakresie majątku i pozycji społecznej, determinowana nierównością obowiązków społecznych.

B. Liberalizm

Nazwa znacznika	Charakterystyka
społeczne prawa naturalne	Istnieją prawa przyrodzone, które każdy posiada ze względu na sam fakt bycia człowiekiem. Pochodzi z natury społecznej. Prawo do życia jest prawem naturalnym.
wolności obywatelskie	Obrona wolności obywatelskich przed zapędami władzy. Celem konstytucyjnie zagwarantowanych praw jest ochrona interesów obywatela.
racjonalizm	Należy dążyć do naukowego wyjaśniania spraw, nieobciążonego przesądami i założeniami religijnymi. Rząd nie ma prawa wtrącać się w „opiekę nad ludzkimi duszami”.
wolność absolutna jednostek	Państwo może ograniczyć wolność obywatela wbrew jego woli, tylko jeśli zagraża on innym obywatelom. Permisywizm, czyli przekonanie, że zakazy obyczajowe są niepotrzebne lub szkodliwe, a działania jednostek nie powinny być oceniane pod kątem obyczajowości. Indywidualizm, stawianie wyżej praw jednostki niż praw wspólnoty, do której owa jednostka należy.
dostęp do wiedzy naukowej	Ludzie mogą doskonalić się dzięki zdobywaniu wiedzy i porzuceniu uprzedzeń oraz przesądów. Edukacja jest dobrem samym w sobie, jest sposobem osiągania historycznego i społecznego postępu.
integracja europejska	Ważna jest bliska współpraca gospodarcza z Unią Europejską. Należy przystąpić do strefy euro, zadbać o szeroki udział w programach unijnych.
państwo usługodawca	Funkcją rządu jest ochrona życia, wolności i własności. Władza powinna być odpowiedzialna za zapewnienie usług społecznych, takich jak opieka zdrowotna, zakwaterowanie, emerytury oraz edukacja, a także regulowanie gospodarki.
społeczna odpowiedzialność władzy	Władza polityczna pochodzi „z dołu”. Rząd wyłania się z porozumienia lub przyzwolenia rządzonych. Powinien podejmować decyzje w porozumieniu ze społeczeństwem, po społecznych konsultacjach.

Nazwa znacznika	Charakterystyka
granice sprawowania władzy	Władza państwowa powinna być ograniczona przez ustanowienie ram konstytucyjnych. Jednostki są egoistyczne – jeśli będą posiadać władzę, to determinowane naturalną koniecznością wykorzystają ją dla własnej korzyści.
równość dostępu do stanowisk	Jednostki mają prawo do równości w kwestii dystrybucji praw i tytułów (merytokracja). Sprzeciw wobec przywilejów czy korzyści społecznych, dyskryminacji z powodu płci, rasy, koloru skóry, przekonania, religii czy pochodzenia społecznego.
pełna prywatyzacja	Gospodarka powinna być zdecentralizowana przez jej urynkowanie. Należy ograniczać dotacje dla organów i przedsiębiorstw państwowych.
samorządność	Należy zachować decentralizację władzy: samorządy mają prawo do dysponowania swoim majątkiem i jego powiększania. Wysoka podmiotowość samorządów, duże uprawnienia prawodawcze.
inwestycje gospodarcze	Rozwój jest możliwy dzięki inwestycjom, wydający pieniądze rząd wzmacnia popyt na rynku. Inwestycje publiczne stwarzają miejsca pracy i popyt na materiały. Jest to sposób aktywnej walki z bezrobociem. Związki zawodowe, naciskając na utrzymanie poziomu płac, ograniczają inwestycje i blokują przeciwdziałanie bezrobociu. Pożyczanie inwestorów zagranicznych. Obniżenie podatków wyzwała inwestycje.

C. Socjalizm

Nazwa znacznika	Charakterystyka
zachowanie warunkowane społecznie	Natura ludzka jest plastyczna, formowana przez doświadczenia i warunki życia społecznego. Nierówność między ludźmi jest rezultatem nierównego traktowania przez społeczeństwo, a nie nierównego obdarowania przez naturę.
solidaryzm społeczny	Należy dążyć do równości społecznej rozumianej jako równość dochodu. Niepożądana różnica między klasami społecznymi powstaje na skutek różnic dochodu i statusu między pracownikami umysłowymi (klasa średnia) a pracownikami fizycznymi (klasa robotnicza).
państwo opiekuńcze	Istnieją „specjalne” potrzeby, powstałe na przykład na skutek fizycznej bądź umysłowej niepełnosprawności. Należy realizować ideę państwa opiekuńczego: redystrybuować bogactwo i wprowadzić system podatków progresywnych. Należy wytworzyć dochód z podatków, aby sfinansować system wydatków społecznych.

Nazwa znacznika	Charakterystyka
ograniczenie skutków bezrobocia	Państwo, rząd organizuje pracę obywatelom, tworzy miejsca pracy. Jeśli miejsc pracy nie ma, musi zapewnić świadczenia socjalne, wyrównujące standard życia społeczeństwa.
prawa pracownicze	Należy bronić praw pracowniczych, praw rolników, emerytów w procesie tworzenia prawa.
związki zawodowe	Klasa robotników powinna uzyskać władzę polityczną lub ekonomiczną.
nacionalizacja gospodarki	Należy realizować ideę nacionalizacji, czyli zwiększyć bezpośrednią kontrolę państwa nad gospodarką, przedsiębiorstwami państwowymi. Pożądany jest system gospodarki mieszanej, w której rolnictwo i drobny przemysł pozostaje w rękach prywatnych, a państwo kontroluje jedynie strategiczne sektory gospodarki.
interwencjo- nizm gospodar- czy	Państwo powinno bezpośrednio interweniować w wolny rynek. Należy wprowadzać dotacje dla nierentownych przedsiębiorstw, obszarów działalności.
protekcjonizm gospodarczy	Należy wprowadzać działania mające na celu ochronę rodzimej gospodarki przed zagraniczną konkurencją. Państwo powinno doprowadzić do wzrostu opłacalności produkcji rolnej.
agraryzm i drobna przedsiębior- czość	Dominujące idee industrializmu (doktryna ekonomiczna przyznająca czołową rolę przemysłowi ciężkiemu) i agraryzmu (uznanie rolnictwa za najważniejszą gałąź gospodarki).

6.2. Eklektyzm ideologiczny partii politycznych, czyli profil ideologiczny w praktyce – *Anita Filipczak-Białkowska*

<https://doi.org/10.18778/8220-429-2.13>

6.2.1. Cele referowanego badania

Diagnoza stanu zróżnicowania ideologicznego polskiego dyskursu parlamentarnego w latach 2005–2006 to główny cel badania, które referuję w tym rozdziale. Inspiracją do podjęcia rozważań na temat tego zagadnienia były zadane sobie pytania: czy w Polsce na pewno zachowana jest demokracja? Skąd to wiadomo i kto to weryfikuje? Pewnych założeń w tym obszarze dostarcza Konstytucja Rzeczypospolitej Polskiej, w której stwierdza się, że Polska jest (a przynajmniej powinna być) krajem demokratycznym. Skoro tak, jedną z głównych zasad funkcjonowania państwa powinien być pluralizm polityczny przejawiający się w parlamentarnym systemie partyjnym. Pluralizm polityczny polega na istnieniu dwóch lub więcej partii politycznych, reprezentujących różne programy i orientacje polityczne, walczących na równych prawach o zdobycie władzy w państwie. Struktura polskiej sceny politycznej zdaje się potwierdzać jej ideologiczną dyferencjację – w każdej kadencji sejm w parlamencie funkcjonuje kilka ugrupowań, często deklarujących się jako opozycyjne względem innych. Jednocześnie zawarte w definicji pluralizmu politycznego stwierdzenie, że programy partii powinny różnić się między sobą, jest dość ogólne, a tym samym bardzo trudno poddać je weryfikacji – jak bowiem stwierdzić, czy partie rzeczywiście reprezentują różne orientacje polityczne? W świetle przepisów prawa kryterium wystarczającym do zachowania pluralizmu politycznego jest funkcjonowanie w systemie partyjnym kilku partii (co najmniej dwu).

Podjęłam próbę ustalenia, czy istnieje różnorodność ideologiczna w polskim dyskursie parlamentarnym. Opieranie się na wspomnianych powyżej zapisach zawartych w programach wyborczych rodzi moim zdaniem istotne ograniczenia – nie od dziś wiadomo, że program polityczny partii pisany jest w określonym celu: ma przekonać potencjalnych wyborców do oddania głosu akurat na tę partię. Co więcej, często tworzony jest przez wąski zespół, który wyznacza drogę, jaką mają podążać pozostali członkowie partii. Jest wizytówką partii, tworzy jej oficjalny wizerunek. W związku z tym uznałam, że zbadanie wypowiedzi grupy posłów należących do pewnego ugrupowania i odtworzenie na tej podstawie poglądów politycznych tej partii będzie odznaczało się znacznie wyższym poziomem trafności niż charakterystyka poglądów partii z wykorzystaniem deklaracji zawartych w jej programie.

Przyjęłam hipotezę główną, która brzmiała:

H1: Wypowiedzi reprezentantów partii politycznych wskazują na pluralistyczny charakter polskiego systemu partyjnego.

Obok niej weryfikacji poddałam również inne hipotezy – założyłam, że:

H2: Profil ideologiczny partii zbudowany jest z komponentów różnych prototypowych systemów ideologicznych.

H3: W orientacji ideologicznej partii można wyznaczyć dominujący obszar ideologiczny, czyli pewne aspekty ideologiczne będą szczególnie licznie reprezentowane.

Wyznaczone cele badawcze sprawiły, że mój obszar badawczy umiejscowił się na styku badań z zakresu językoznawstwa i nauk o polityce. Pozostawało znaleźć odpowiednią metodę badawczą.

Język polityki nieustannie zajmuje ważne miejsce w obrębie zainteresowań badaczy, należy jednak podkreślić, że zmienił się sposób oglądu zjawisk językowych występujących w przestrzeni politycznej. Obecnie silny nurt badań w tym obszarze stanowią opracowania mieszczące się w ramach analizy dyskursu, która sytuuje się na szeroko pojętych peryferiach językoznawstwa i nauk społecznych. Założenia przyjęte w niniejszym badaniu, odnoszące się do sposobu analizy warstwy językowej tekstów, wskazują, że mieści się ono w paradygmacie analizy dyskursu, wybrany przedmiot badawczy sytuuje je zaś w pobliżu jej krytycznej odmiany. Między analizą dyskursu jako taką i jej krytycznym odłamem, czyli KAD (krytyczna analiza dyskursu) nie ma ostrej granicy. Wyróżnikiem KAD jest koncentracja na kwestiach społecznych i politycznych. Będąca przedmiotem tego badania ideologia, a konkretnie sposób jej przejawiania się w dyskursie partii politycznych w okresie IV RP, pozwala dostrzec związki z KAD – ideologia jest tu postrzegana jako determinanta działań podejmowanych przez jednostki w procesie kształtowania instytucji społecznych.

Badania zjawisk z obszaru społeczno-politycznego prowadzone stricte metodami analizy dyskursu lub pokrewnymi już od wielu lat cieszą się dużą popularnością, z powodu dużej liczby opracowań ich precyzyjne omówienie jest w tym miejscu niemożliwe. Aby jednak choć pokrótce scharakteryzować główne trendy tematyczne, należy powiedzieć, że w zakresie analiz językoznawczych pojawiały się prace opisujące specyfikę dyskursu w różnych mediach (m.in. Wasilewski, Skibiński 2008; Szkudlarek-Śmiechowicz 2010; Pałuszyńska 2012; Michalewski 2013; Wasilewski 2014; Grzegorzewski 2014; Loewe 2018), podejmowane były też dążenia do uchwycenia cech charakterystycznych różnicujących pododmiany języka polityki, demaskujące właściwe mu mechanizmy – przeglądu prac z tego zakresu dokonała Bożena Sieradzka-Baziur (2011), liczni badacze poświęcili tym problemom obszerne publikacje (m.in. Kamińska-Szmaj 2001; Kampka 2009). Sam dyskurs parlamentarny także zwrócił uwagę przedstawicieli świata nauki (m.in. Laskowska 2004; Siewierska-Chmaj 2004; Śpiewak 2004; Figiel 2009; Polkowska 2015; Charciarek 2015). W naukach społecznych badania prowadzone w paradygmacie analizy dyskursu skupione są na rozważaniach dotyczących tematów wywierających szczególnie wpływ na postać debaty publicznej, co czyni te opracowania bardzo interesującymi poznawczo, z drugiej strony jednak

na ich gruncie dostrzeżono niedostatki metod wykorzystywania danych językowych: „W naukach społecznych sekwencje tekstowe stosuje się zwykle jako ilustracje, zdania są wyjmowane z kontekstu, a konkretne sekwencje tekstowe są wykorzystywane do uzasadniania lub obalania twierdzeń, bez odnoszenia ich do całego materiału tekstowego i bez żadnego wyraźnego uzasadnienia czy dowodów zewnętrznych, uzasadniających taki, a nie inny wybór” (Wodak 2011: 11). Analiza dyskursu (zwłaszcza krytyczna analiza dyskursu) pozwala przewyciężyć te niekorzystne czynniki. Jak wskazuje Ruth Wodak, obecnie obserwuje się w naukach społecznych (m.in. socjologii, antropologii, historii) „zwrot lingwistyczny” i „zwrot kulturowy”: wielu przedstawicieli tych dyscyplin „zauważa złożoność materiałów tekstowych i poszukuje bardziej adekwatnych metodologii ich analizy. Zwracają się oni ku analizie dyskursu w poszukiwaniu informacji i wsparcia merytorycznego” (2011: 12) (o filozoficznych podstawach zwrotu lingwistycznego zob. Rasiński 2009). Podsumowując przegląd badań mieszczących się w domenę analizy dyskursu, można stwierdzić, że opracowania opierające się na rzetelnych analizach językowych nie podejmują prób diagnozy zjawisk społeczno-politycznych, rozważania badaczy z obszaru nauk społecznych zaś opierają się na wybiórczo potraktowanym materiale językowym.

Referowane w tym rozdziale badanie opiera się na gruntownej i systematycznej analizie warstwy językowej zbioru tekstów politycznych (debat parlamentarnych) i prowadzi do wniosków, które pozwalają odtworzyć dyskurs ideologiczny wpływający na organizację przestrzeni społeczno-politycznego funkcjonowania państwa w badanym okresie. Parlament jest bowiem tym miejscem, w którym przyjmowane są zasadnicze dla funkcjonowania państwa ustawy. W krytycznej analizie dyskursu przyjmuje się, że ideologie decydują o ostatecznym kształcie i zasadach panujących w różnych przestrzeniach społecznych. Ich badanie jest natomiast możliwe na mocy założenia, że ideologie (rozumiane jako reprezentacje kognitywno-społeczne) ujawniają się poprzez język (por. Piekot, Poprawa 2009: 8), sam język zaś jest jednym z podstawowych narzędzi, jakim operuje się w obszarze działań politycznych.

Konsekwencją przyjętego za Elżbietą Laskowską założenia, że „parlament jest najbardziej typowym miejscem dla działań politycznych” (2004: 16) był wybór materiału badawczego, który stanowiły wypowiedzi (teksty) polityków wygłaszane podczas debat parlamentarnych. Pozyskane zostały one ze strony Sejmu Rzeczypospolitej Polskiej, na której stenogramy posiedzeń dostępne są w postaci plików w formacie pdf. W pliku zawarta jest treść całego posiedzenia, jakie odbywa się określonego dnia obrad i obejmuje zazwyczaj kilka punktów w porządku dziennym. Debatę rozumiem jako działanie komunikacyjne mające na celu wybór najlepszego rozwiązania omawianego problemu lub sprawy (por. Pstrąg 2004), w związku z czym w opracowaniu przyjąłam, że debata parlamentarna odpowiada jednemu punktowi w porządku dziennym obrad Sejmu RP. Analizie poddałam 20 debat z 9 posiedzeń sejmowych. Materiał badawczy obejmuje okres od 23.11.2005 do 5.12.2006.

W kompletowaniu materiału badawczego kierowałam się częściowo doбором losowym, częściowo przyjętym kluczem. Szerszego opisu i pewnych wyjaśnień wymaga dobór z klucza. Stosowałam tu kryterium ilościowe i jakościowe. Kryterium ilościowe przejawiało się w kontrolowaniu zawartości debat pod kątem liczby reprezentantów klubów parlamentarnych – preferowałam debaty, w których głos zabierali przedstawiciele wszystkich klubów parlamentarnych, a także takie, w których ich wypowiedzi były stosunkowo długie, co uznawałam za syndrom wieloaspektowego ustosunkowania się do przedmiotu debaty. Pod względem kryterium jakościowego wybrałam do analizy debaty, których przedmiot był szczególnie ważny dla badanego okresu (dokonanie takiej oceny było możliwe, ponieważ badanie miało charakter diachroniczny – prowadzone było kilka lat później w stosunku do analizowanych wydarzeń). Założyłam, że tematy, które wywołały szeroką dyskusję także poza parlamentem, będą cechować się silnym zderzeniem konkurencyjnych poglądów w trakcie debaty parlamentarnej. W efekcie zastosowania przeze mnie tego kryterium, do materiału badawczego trafiły m.in. debaty nad projektem ustawy o powołaniu Centralnego Biura Antykorupcyjnego, nad projektem ustawy o świadczeniach rodzinnych – spór o tzw. becikowe, nad projektem ustawy o zmianie Konstytucji Rzeczypospolitej Polskiej przez dopisanie słów „od momentu poczęcia” w art. 38, także debaty nad projektem uchwały w sprawie upamiętnienia 24. rocznicy wprowadzenia stanu wojennego.

W każdej debacie parlamentarnej z badanego okresu prezentowanych było od 6 do 7 stanowisk partyjnych i stanowiska posłów niezależnych. W analizie uwzględniłam stanowiska następujących partii tworzących kluby parlamentarne: Prawo i Sprawiedliwość, Platforma Obywatelska, Sojusz Lewicy Demokratycznej, Samoobrona Rzeczypospolitej Polskiej, Liga Polskich Rodzin, Polskie Stronnictwo Ludowe. Stanowiska posłów niezależnych pominęłam.

Należy podkreślić, że uzyskane w badaniu wyniki obowiązują dla dyskursu parlamentarnego z okresu 2005–2006, określają, jaką orientację ideologiczną zamaniestrowano wówczas w wypowiedziach wygłoszonych w sejmie. Ograniczenie to jest konsekwencją przyjętego założenia o fluktuacji poglądów w obrębie orientacji ideologicznej – uznaję, że orientacja ideologiczna ma charakter reaktywny, jest dynamiczna i zmienna, ponieważ jest zależna od aktualności politycznych (por. Awdiejew 2008: 68). Rozszerzanie wyników na szerszy okres jest zatem nieuprawnione i może prowadzić do pojawiania się artefaktów badawczych.

6.2.2. Schemat badania i czynności przygotowawcze

Przyjęty w badaniu schemat postępowania badawczego (zwłaszcza dążenie do zminimalizowania wpływu badacza na uzyskane wyniki) wymagał zaszyfrowania tekstów, czyli dokonania ich anonimizacji. Analiza tekstów przebiegała zgodnie ze schematem przedstawionym w tabeli 1.

Tabela 1. Schemat badania

	Cel	Podstawa opracowania	Procedura		Efekt
Etap 1	kodowanie danych językowych	teksty wypowiedzi politycznych	1	oddzielenie ramy perswazyjnej od tekstu właściwego	baza sądów ideologicznych
			2	analiza paradygmatyczna	
			3	analiza syntagmatyczna	
Etap 2	ustalenie orientacji ideologicznej	baza sądów ideologicznych	1	wyodrębnienie znaczników ideologicznych dla badanych ideologii	profil ideologiczny wyrażony tabelarycznie (ewentualnie także graficznie)
			2	klasyfikowanie uogólnionych sądów ideologicznych do odpowiednich znaczników ideologicznych	
			3	utworzenie profilu ideologicznego	

Źródło: opracowanie własne.

Ramę wypowiedzi perswazyjnej tworzą pomocnicze działania werbalne nadawcy, dążące do wykreowania wizerunku nadawcy, odbiorcy, związku i zaufania między nimi (zob. Awdiejew, Habrajska 2009: 26–28). Substrategie wspomagające, tworzące ramę perswazyjną, nie wiążą się na zasadzie wynikania z merytoryczną częścią wypowiedzi. Kreowanie wizerunku nadawcy ma służyć przede wszystkim wyeksponowaniu wiarygodności mówcy; aby ten efekt osiągnąć, politycy w badanych debatach parlamentarnych zwracali uwagę publiczności na fakt pozostawania w pobliżu diskutowanych wydarzeń (związek ten mógł wynikać z właściwości życiorysu mówcy, pełnionych wcześniej funkcji publicznych itp.) bądź podkreślali, że dołożyli specjalnych starań, by zdobyć wiedzę na poruszany w wypowiedzi temat. Kreowanie wizerunku odbiorcy to substrategia, w której nadawca stara się dowartościować adresata swojej wypowiedzi, zaznaczając jego szczególne znaczenie dla sprawy lub dla samego nadawcy. Gdy mówcy chcieli wpłynąć na pozostałych parlamentarzystów, odwoływali się do ich inteligencji, kompetencji lub zdolności zrozumienia intencji nadawcy wypowiedzi, kiedy zaś planowany wpływ zorientowany był na obywateli oglądających debatę za pośred-

nictwem mediów, wówczas strategia bywała bardziej rozbudowana: „wykazanie się znajomością warunków życia określonej grupy społecznej, faktów z życia określonej osoby jest swoistym komplementem dla niej, potwierdzeniem, że pozostaje ona w sferze zainteresowań i troski danego polityka” (Filipczak-Białkowska 2018: 79).

Fragmenty badanych tekstów należące do ramy perswazyjnej należało wyeliminować z dalszej części prac analitycznych.

6.2.3. Analiza właściwa

Sposób analizy właściwego tekstu – zgodnie z założeniami przyjętymi w gramatyce komunikacyjnej – przebiegał na dwóch płaszczyznach: paradygmatycznej i syntagmatycznej:

Na płaszczyźnie paradygmatycznej analizowane są typy danego kroku strategicznego oraz zastosowanych w nim środków perswazyjnych. Z kolei na płaszczyźnie syntagmatycznej analizuje się relacje pomiędzy cząstkowymi konkluzjami poszczególnych kroków strategicznych oraz ich stosunek do ogólnego celu propagandowego, do którego dany dyskurs dąży. Konkluzje kroków strategicznych mogą tworzyć różne konfiguracje w syntagmatyce dyskursu propagandowego (Awdiejew, Habraj-ska 2009: 31).

Analiza paradygmatyczna polega na badaniu emotywno-oceniających aktów mowy, dotarcie do sądów ideologicznych w przyjętej metodzie wymaga bowiem analizy aktów mowy, które niosą informację na temat sposobu oceny przedstawianego stanu rzeczy. Typowe akty mowy emotywno-oceniające wprowadzane są odpowiednimi operatorami, istnieją także akty mowy, w których funkcja oceniająca występuje jako towarzysząca (o funkcjonowaniu aktów mowy emotywno-oceniających w dyskursie parlamentarnym zob. Laskowska 2004; Filipczak 2010). Akty mowy emotywno-oceniające w badanym dyskursie parlamentarnym wprowadzane były w następujący sposób (przedstawione poniżej mechanizmy językowe opatrzone są przykładami pochodzącymi ze scharakteryzowanego powyżej materiału badawczego):

- **bezpośrednia formuła opisowa wyrażająca stan emocjonalny**, np. „Przeraza mnie myśl o tych wszystkich, którzy zabijają własne sumienia, aby móc dokonać aborcji”, „Chcę powiedzieć, że dumą napawa mnie fakt działalności w Niezależnym Zrzeszeniu Studentów”, „Ale niepokoi mnie i boli, że wielu parlamentarzystów Prawa i Sprawiedliwości, występując w niektórych mediach, prezentuje zupełnie inne stanowisko [nie zgadzają się z potrzebą wprowadzenia do Konstytucji słów „od momentu poczęcia” – AFB]”;

- **użycie tzw. leksemu nacechowanego (operatora syntetycznego) lub idiomu w strukturze wypowiedzenia oceniającego zachowanie się odbiorcy**,

np. „Zmora naszych dróg są poruszający się od zmierzchu do świtu rowerzyści niewidzialni dla innych uczestników ruchu drogowego”, „Ta bezkarność pijanych kierowców, powiem: pijanych morderców, powoduje, że na polskich drogach ginie coraz więcej osób”, „Po trzecie, przecież otrzymywanie świadczenia w wyniku uznania, że dziecko zostało poczęte na skutek czynu zabronionego, jest w każdym przypadku, w przypadku gwałtu, a także, a może zwłaszcza, w przypadku kazirodztwa, na pewno stygmatyzowaniem dziecka”, „A co do nowych miejsc pracy, to tylko, co kot napłakał”;

– **zastosowanie operatora analitycznego, składniowo niezależnego leksemu**, np. „Niestety, jesteśmy za biedni, przy tych poziomach długu i deficytu liczyć na siebie nie możemy [liczyć na polskie dochody, a nie na środki z UE – AFB]”, „W chwili obecnej w Polsce życie człowieka od chwili poczęcia chroni ustawa z 7 stycznia 1993 roku o planowaniu rodziny, ochronie płodu ludzkiego i warunkach dopuszczalności przerywania ciąży. Niestety ustawa ta dopuszcza trzy wyjątki bezkarnego pozbawienia życia poczętego dziecka”, „Na szczęście struktury europejskie, jeśli chodzi o ochronę życia poczętych dzieci, nie mogą nam w sensie formalnym nic narzucić”, „Dlatego trzeba wreszcie postawić tamę powracającym sporom o to, czy należy uznawać prawo do życia tylko wybranej grupy, czy wszystkich ludzi niezależnie od wieku”;

– **użycie frazemu jako operatora emotywnego**, np. „To jest bardzo ważne, że wreszcie dostrzeżono, iż właścicielem czegoś może być także samorząd, a nie tylko państwo”, „Dlatego dobrze by było, panie ministrze, aby w przyszłorocznym budżecie znaleźć większe środki na wsparcie tych dwóch działań, czyli uprawy roślin energetycznych i rejestracji produktów tzw. regionalnych, tak aby wszyscy, którzy będą chcieli z tego zadania skorzystać, mogli takie wsparcie uzyskać”, „Czy rzeczywiście ochrona życia, za czym jesteśmy, wymaga takiej regulacji?”, „Nie mamy pewności, czy doktrynerska lewica za lat kilka, co nie daj Boże, nie dokona zamachu na prawną ochronę życia i nie wprowadzi nam aborcji na życzenie, zwłaszcza że to zapowiada nawet dzisiaj ustami jej przewodniczącego pana posła O.”;

– **wyrażenie przekonania o powinności**, np. „To jest bardzo często mienie i własność tych społeczności lokalnych i dlatego w razie prywatyzacji, sprzedaży części udziałów czy części przedsiębiorstwa powinny to być dochody samorządu”, „Panie premierze, mówił pan, i tu pana popieramy, że nie powinno to wsparcie [becikowe – AFB] dotyczyć tych, którzy mają bardzo wysokie wynagrodzenia”, „Panie premierze, dlaczego ustawą budżetową pozbawia pan przedsiębiorstwa wpływów z dywidendy – środki te w większości powinny służyć rozwojowi tych przedsiębiorstw – doprowadzając w ten sposób do ich osłabienia, a nawet bankructwa poprzez wyeliminowanie z rynku przez konkurencyjne firmy?”, „Prawo do życia nie powinno być sytuowane na poziomie niższym niż inne, często bardziej względne prawa człowieka”;

– **zastosowanie sądu oceniającego wprowadzanego przez operatory polifunkcjonalne**, np. „Oddajmy hołd, uczcijmy godnie ofiary stanu wojennego, ale nie piszmy swojej nowej, z pewnością obciążonej ciężarem własnych doświad-

czeń, historii tamtego budzącego tak wiele emocji okresu”, „Dlatego, abstrahując już od omawianej ustawy, proponujemy, aby spółki Skarbu Państwa podzielić na strategiczne i niestrategiczne, żeby strategiczne dokapitalizować i żeby o powołaniu do rad nadzorczych decydowała m.in. opinia komisji skarbu, żeby pozbyć się kołesiostwa”, „Wiemy, że zapóźnienia są tam ogromne i wiemy, że żeby wykorzystać programy pomocowe Unii Europejskiej, musimy zabezpieczyć środki własne. O to do pana premiera apeluję”.

Celem paradygmatycznej analizy było uzyskanie kolekcji sądów aksjologicznych wyeksponowanych przez nadawcę na powierzchni tekstu w postaci aktów mowy emotywno-oceniających. Ich obecność w tekście sygnalizowana jest przez zastosowane środki językowe, czyli operatory interakcyjne. Te sądy aksjologiczne należy wyodrębnić i zapisać w postaci samodzielnych zdań, np.

– „Wiemy, że zapóźnienia są tam ogromne i wiemy, że żeby wykorzystać programy pomocowe Unii Europejskiej, musimy zabezpieczyć środki własne. O to do pana premiera apeluję” → sąd aksjologiczny: Rząd powinien zabezpieczyć finanse na pokrycie wkładu ze środków własnych w procesie uzyskiwania pomocy z Unii Europejskiej;

– „Czy rzeczywiście ochrona życia, za czym jesteśmy, wymaga takiej regulacji?” → sąd aksjologiczny: Ludzkie życie powinno podlegać ochronie;

– „Oddajmy hołd, uczcijmy godnie ofiary stanu wojennego, ale nie piszmy swojej nowej, z pewnością obciążonej ciężarem własnych doświadczeń, historii tamtego budzącego tak wiele emocji okresu” → sądy aksjologiczne: Należy uczcić ofiary stanu wojennego; Nie należy zmieniać historii okresu stanu wojennego w Polsce.

Odtworzenie wyrażonych za pomocą aktów mowy emotywno-oceniających sądów aksjologicznych kończyło ten krok analityczny.

Analiza syntagmatyczna polega na standaryzacji ciągów argumentacyjnych zawartych w badanym tekście. Naturalnie skonstruowane wypowiedzi argumentacyjne, stosowane w rzeczywistych sytuacjach komunikacyjnych, zbudowane są na zasadzie entymematu – w ich werbalizacji pomija się jeden element argumentu (czasem dwa), zakładając, że jego odtworzenie nie stwarza odbiorcy kłopotu. Zazwyczaj samo zestawienie treści wypowiedzianych słów z sytuacją komunikacyjną każe domyślać się intencji, jaką chce zrealizować nadawca, i doprecyzować zastosowany przez niego argument, czyli doprowadzić go do postaci wyrażonej w schemacie:

RO (reguła ogólna): $Q(X)$

SK (sąd kwalifikujący): $x \in X$

K (konkluzja): $Q(x)$

gdzie X oznacza klasę obiektów ideologicznych, x to konkretny obiekt rzeczywistości politycznej, a Q to określona atrybucja (por. Awdiejew 2008: 69).

Przykład takiej analizy przedstawiam poniżej:

Z zadowoleniem przyjmujemy fakt znalezienia pieniędzy na dopłaty do paliwa rolniczego. Uważamy, że środki te pośrednio będą służyć wzrostowi konkurencyjności polskich rolników i ich produktów na rynku europejskim.

Emotywno-oceniający akt mowy wprowadzony został tutaj za pomocą bezpośredniej formuły opisowej „z zadowoleniem”, wyrażał on pozytywne nastawienie do tematu debaty, innymi słowy, zawierał sąd aksjologiczny, który można zwerbalizować w następujący sposób: „Rząd powinien zabezpieczyć środki na dopłaty do paliwa rolniczego”, i drugi: „Dopłaty do paliwa rolniczego są formą wsparcia konkurencyjności polskich rolników na rynku europejskim”. Zacytowany przykład to typowa wypowiedź argumentacyjna wyrażona w formie entymematu: nadawca nie zawarł w wypowiedzi reguły ogólnej, zakładając, że jej odtworzenie nie będzie stanowiło dla nadawcy większych trudności. Pierwsze zdanie w zacytowanej wypowiedzi jest wyrażeniem konkluzji, w której obiektowi konkretnemu „zapewnienie dopłat do paliwa rolniczego” przypisano wartość pozytywną poprzez zastosowanie operatora emotywno-oceniającego „z zadowoleniem” (jest to zatem akt mowy emotywno-oceniający wyrażający zadowolenie wprowadzony operatorem w postaci bezpośredniej formuły opisowej „z zadowoleniem”). Drugie zdanie w przytoczonym przykładzie wyraża sąd kwalifikujący. Odniesienie zidentyfikowanych elementów argumentu do jego struktury dało następujące wnioski częściowe: konkretny obiekt rzeczywistości (x) to „zapewnienie dopłat do paliwa rolniczego”, wartość, jaką przypisano (Q), wyraża się przez stwierdzenie powinności państwa w tym zakresie. W strukturze sądu kwalifikującego konkretny obiekt rzeczywistości (x) został zaszeregowany do klasy obiektów (X), którą w badanym argumencie stanowiło stosowanie form wspierania konkurencyjności polskich rolników na rynku europejskim. Zidentyfikowanie elementów częściowych pozwoliło zwerbalizować zastosowaną regułę ogólną: „Państwo powinno stosować formy wspierania konkurencyjności polskich rolników na rynku europejskim”. Cały argument prezentuje się następująco:

Reguła ogólna (RO): Państwo powinno stosować formy wspierania konkurencyjności polskich rolników na rynku europejskim.

Sąd kwalifikujący (SK): Dopłaty do paliwa rolniczego są formą wsparcia konkurencyjności polskich rolników na rynku europejskim.

Konkluzja (K): Państwo powinno zapewnić dopłaty do paliwa rolniczego.

Zidentyfikowana reguła ogólna wyraża uogólniony sąd ideologiczny, który treściowo odpowiada założeniom o protekcyjności gospodarczej (typowej dla socjalizmu).

W efekcie tego etapu badań na podstawie przeanalizowanego materiału powstały kolekcje uogólnionych sądów ideologicznych dla badanych partii politycznych. Sądy te uznałam za wyraz orientacji ideologicznej tych partii.

Opisane dwa etapy analizy – paradygmatyczna i syntagmatyczna – odnoszą się do działań badawczych na poziomie jednostkowych tekstów. Na ich podstawie uzyskałam wnioski na temat stosowanych mechanizmów językowych, efektem dodatkowym były także kolekcje – nieuporządkowanych jeszcze – sądów ideologicznych. Wyciągnięcie jakichkolwiek wniosków na podstawie tych kolekcji wymagało wyjścia z poziomu tekstu i przejścia na poziom dyskursu – spojrzenia na badany dyskurs w sposób globalny i odwołania się do planu interdyscyplinarnego.

6.2.4. Kategoryzacja sądów ideologicznych

Uogólnione sądy ideologiczne zwerbalizowane w wyniku przeprowadzenia analizy paradygmatycznej i syntagmatycznej należało posegregować, przyporządkowując je do wyodrębnionych znaczników ideologicznych. Podstawową zasadą była tutaj treściowa odpowiedniość obszaru ideologii wyrażonego określonym znacznikiem ideologicznym i sensu zawartego w uogólnionym sądzie ideologicznym. Wyniki tego działania analitycznego prezentuję w tabeli 2. Uporządkowane zostały w niej uogólnione sądy ideologiczne zidentyfikowane w wypowiedziach przedstawicieli partii Prawo i Sprawiedliwość. Z konieczności prezentuję tu tylko fragment – bazy sądów ideologicznych są obszerne, w referowanym badaniu wyodrębnionych zostało około 200 rekordów dla każdej partii (pełne opracowanie: Filipczak-Białkowska 2018).

Tabela 2. Uporządkowanie sądów ideologicznych zawartych w bazie ideologicznej partii Prawo i Sprawiedliwość według znaczników ideologicznych

Znacznik ideologiczny	Obszar ideologii	Relevantne sądy ideologiczne w bazie partii Prawo i Sprawiedliwość
konserwatyzm		
odpowiedzialność pokoleniowa	Obrona tradycji – wartości, zwyczajów oraz instytucji. Obecne pokolenie jest odpowiedzialne za jakość życia przyszłych pokoleń i osiągnięcia przodków. Zmiana, gdy konieczna, wymaga reform, bo one powstrzymują falę rewolucji i podtrzymują status quo.	– tradycja RO: Należy chronić tradycje regionalne i narodowe. RO: Należy zachować produkcję polskich regionalnych produktów spożywczych według tradycyjnych polskich receptur. RO: Należy zachować produkcję oscypka, bryndzy podhalańskiej, miodu wrzosowego według tradycyjnych receptur.

Tabela 2 (cd.)

Znacznik ideologiczny	Obszar ideologii	Relevantne sądy ideologiczne w bazie partii Prawo i Sprawiedliwość
odpowiedzialność pokoleniowa		– bezpieczna przyszłość RO: Należy zabezpieczyć się przed problemami mogącymi nastąpić w przyszłości. – historia RO: Obecne pokolenia decydują o tym, jak będzie opisywana historia współczesnych czasów. RO: Należy zadbać o to, aby historia stanu wojennego nie była fałszowana.
wartości chrześcijańskiej demokracji	Prawo naturalne i kształt społeczeństwa pochodzi od Boga. Jeśli istoty ludzkie ingerują w sposób urzędzenia świata, to rzucają wyzwanie woli Bożej, co może doprowadzić do pogorszenia, a nie poprawy stanu ludzkich spraw.	RO: O trwaniu życia ludzkiego decyduje Bóg. RO: Zabijanie dziecka poczętego na życzenie kobiety to ingerencja w wolę Boga. RO: Istota ludzka w stadium płodowym to człowiek. RO: Należy wyciągać wnioski z wydarzeń opisywanych w Biblii.
silny rząd	Centralizacja władzy, czyli koncentracja uprawnień decyzyjnych w rękach organów centralnych i ograniczenie kompetencji niższych szczebli struktury organizacyjnej, np. samorządu terytorialnego.	– centralizacja władzy RO: Należy umocnić struktury państwowe. RO: Należy podnieść autorytet struktur państwowych w oczach obywateli. RO: Należy odbudować zaufanie Polaków do państwa. RO: Bez silnego i sprawnego państwa nie będzie dostatniej Rzeczypospolitej. RO: Nie należy wprowadzać rozwiązań prawnych, które osłabiają państwo.
suwerenność państwa	Podkreślanie konieczności zachowania suwerenności narodowej i kulturowej w ramach Europy. Potrzeba obrony suwerennych instytucji narodowych i odrębnej waluty narodowej jako symboli tożsamości narodowej. Epokowym sukcesem jest zwycięstwo nad komunizmem.	– ograniczenie wpływu Unii Europejskiej na polskie prawo RO: Należy zapewnić polskim obywatelom przestrzeganie ich praw w Unii Europejskiej. RO: Należy jasno określić zasady, kiedy obywatel polski lub obywatel obcego państwa nie będzie mógł być wydany na mocy europejskiego nakazu aresztowania. RO: Prawodawstwo Unii Europejskiej jest przeciwne barierom moralnym ograniczającym jednostki.

Znacznik ideologiczny	Obszar ideologii	Relevantne sądy ideologiczne w bazie partii Prawo i Sprawiedliwość
patriotyzm romantyczny	Naród jest mobilizowany do walki za „ojczyznę”, wspieranie „dumy z własnego narodu”. Należy upamiętniać minione epoki chwały czy triumfu narodu przez wspomnianie zwycięstw zbrojnych, wykozystywanie symboli tożsamości narodowej.	RO: Ruchy patriotyczne narodu należy uhonorować. RO: Wydarzenia, które były szkołą patriotyzmu dla obywateli, były dobre. RO: Ten, kto przejawia silną miłość do ojczyzny, zasługuje na szacunek.
paternalizm rodzicielski	Rodzice mają władzę nad dziećmi: kontrolują praktycznie każdy aspekt ich młodego życia; dzieci nie wiedzą, co jest dla nich dobre. Rodzice są zobowiązani do zapewnienia warunków bytowych, gdy trzeba, także do karania dzieci.	RO: Rodzice decydują, co jest dobre dla dziecka, dopóki nie uzyska ono pełnoletności. RO: Umożliwienie podejmowania decyzji o aborcji nieletnim to niekorzystna zmiana.

Źródło: opracowanie własne.

W wyniku tej części analizy opracowałam ilościowy rozkład odniesień do poszczególnych ideologii w wypowiedziach posłów partii Prawo i Sprawiedliwość. Wyniki prezentuje tabela 3, a procentowy udział ideologii w bazie sądów ideologicznych partii wykres 1.

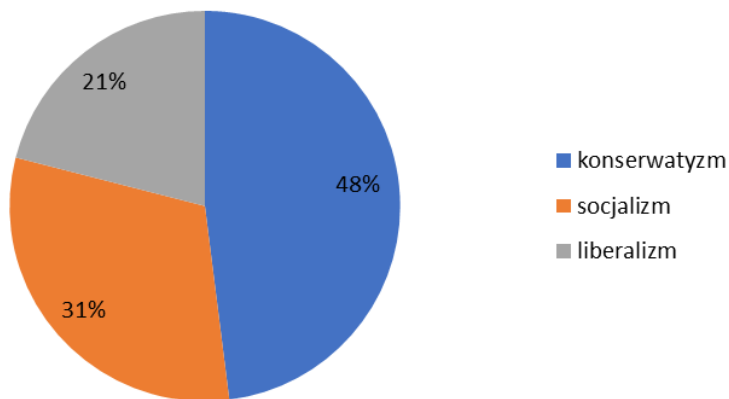
Tabela 3. Ilościowy rozkład odniesień do poszczególnych ideologii w wypowiedziach posłów partii Prawo i Sprawiedliwość

Ideologia	Liczba odniesień
konserwatyzm	99
socjalizm	64
liberalizm	44
ogółem	207

Źródło: opracowanie własne.

W obrębie każdej ideologii można było wskazać znaczniki, które charakteryzowały się najwyższą liczbą odniesień. Pozwoliło to określić dominujący obszar ideologiczny w dyskursie danej partii.

Dla przykładu odniesienia do znaczników konserwatyzmu w bazie ideologicznej partii Prawo i Sprawiedliwość przedstawiam w tabeli 4.



Wykres 1. Procentowy udział ideologii w bazie sądów ideologicznych Prawa i Sprawiedliwości

Źródło: opracowanie własne.

Tabela 4. Odniesienia do znaczników ideologicznych konserwatyzmu w bazie ideologicznej partii Prawo i Sprawiedliwość

Znacznik ideologiczny	Liczba odniesień
silny rząd	40
paternalizm państwa	24
suwerenność państwa	13
odpowiedzialność pokoleniowa	11
wartości chrześcijańskiej demokracji	4
autorytaryzm rządów	3
patriotyzm romantyczny	3
paternalizm rodzicielski	1

Źródło: opracowanie własne.

Uzyskane dane stały się podstawą do skonstruowania profilu ideologicznego partii, który stanowi wyraz jej orientacji ideologicznej w okresie objętym badaniem, tj. w latach 2005–2006. Profil ideologiczny Prawa i Sprawiedliwości przedstawiono w tabeli 5 (w opracowaniu odrzucono znaczniki mające poniżej 5 rekordów).

Tabela 5. Profil ideologiczny partii Prawo i Sprawiedliwość

	Znacznik ideologiczny	Liczba odniesień
konserwatyzm	silny rząd	40
	paternalizm państwa	24
	suwerenność państwa	13
	odpowiedzialność pokoleniowa	11
liberalizm	społeczna odpowiedzialność władzy	21
	wolności obywatelskie	6
socjalizm	państwo opiekuńcze	21
	protekcjonizm gospodarczy	10
	ograniczenie skutków bezrobocia	9
	solidaryzm społeczny	7
	prawa pracownicze	6
	interwencjonizm gospodarczy	6

Źródło: opracowanie własne.

W orientacji ideologicznej Prawa i Sprawiedliwości wyraźnie zaznaczyła się dominacja pewnych obszarów ideologicznych wyrażonych znacznikami. Należy zwrócić uwagę na kluczową rolę ideologii konserwatywnej w dyskursie partii, pochodzą z niej znaczniki: „silny rząd”, „paternalizm państwa” oraz „suwerenność państwa”. Wysoki wynik dla znacznika „społeczna odpowiedzialność władzy”, który jest właściwy dla liberalizmu, był efektem tendencji do rozliczania poprzedników (rządu Sojuszu Lewicy Demokratycznej) z ich decyzji politycznych. Powyższe zestawienie uwypukliło też istotność znacznika „państwo opiekuńcze”, będącego częścią ideologii socjalizmu.

W analogiczny sposób przeprowadziłam analizę dla pozostałych badanych podmiotów politycznych, tj. dla partii Platforma Obywatelska, Sojusz Lewicy Demokratycznej, Samoobrona Rzeczypospolitej Polskiej, Liga Polskich Rodzin oraz Polskie Stronnictwo Ludowe (więcej można przeczytać w: Filipczak-Białkowska 2018: 163–196).

6.2.5. Specyfika polskiego dyskursu parlamentarnego w latach 2005–2006

Na podstawie danych pochodzących ze skonstruowanych profili ideologicznych dla podmiotów funkcjonujących w parlamencie w badanym okresie przygotowałam zestawienie całościowe, uwzględniające wszystkie badane podmioty, jak w tabeli 6.

Tabela 6. Reprezentacja znaczników ideologicznych w dominujących obszarach ideologicznych partii – zestawienie całościowe

	Znacznik ideologiczny	PiS	PO	SRP	SLD	LPR	PSL
konserwatyzm	wartości chrześcijańskiej demokracji			V		V	
	silny rząd	V					
	paternalizm państwa	V		V		V	
	autorytaryzm rządów					V	
	suwerenność państwa	V				V	
liberalizm	społeczna odpowiedzialność władzy	V		V		V	
	granice sprawowania władzy		V		V	V	V
	wolności obywatelskie			V	V		V
	państwo usługodawca		V				
	wolność absolutna jednostek				V		
	samorządność		V		V		V
	integracja europejska		V				
	inwestycje gospodarcze		V		V		
socjalizm	protekcjonizm gospodarczy			V			
	państwo opiekuńcze	V					
	związki zawodowe						V
	prawa pracownicze						
	nacjonalizacja gospodarki						V
	ograniczenie skutków bezrobocia			V			

Źródło: opracowanie własne.

Obserwacja uzyskanych danych pozwoliła wnioskować o możliwych przestrzeniach współpracy między poszczególnymi klubami parlamentarnymi. W zakresie takich znaczników, jak: „wolności obywatelskie”, „państwo usługodawca”, „społeczna odpowiedzialność władzy”, „granice sprawowania władzy”, „prawa pracownicze”, a także „solidaryzm społeczny” i „protekcjonizm gospodarczy”, pojawiły się odniesienia w bazie ideologicznej niemal wszystkich klubów parlamentarnych. Co ciekawe, znaczniki te pochodziły w większości z ideologii liberalnej. W literaturze przedmiotu pojawiały się założenia, iż sfera ówczesnej polityki europejskiej zdominowana była przez ideologię liberalną – uzyskane wyniki zdawały się potwierdzać tę tezę. Liczne odwołania do ideologii socjalizmu można zaś tłumaczyć sytuacją społeczno-gospodarczą Polski, która w badanym okresie nadal określana była jako kraj rozwijający się o kształtującej się dopiero przestrzeni wolnego rynku.

Partie koalicji rządzącej, czyli Prawo i Sprawiedliwość – Samoobrona RP – Liga Polskich Rodzin, płaszczyznę porozumienia znalazły w obszarze wyrażonym znacznikiem „paternalizm państwa” – ten sposób sprawowania rządów był bliski każdej z tych grup. Podobnie silna tendencja do egzekwowania odpowiedzialności za podejmowane decyzje i płynących z niej konsekwencji kierowana do poprzedników politycznych stworzyła przestrzeń współpracy w ramach znacznika „społeczna odpowiedzialność władzy”. Jednak już dla dążenia do utworzenia silnego rządu Prawo i Sprawiedliwość nie znalazło oddanego sojusznika, a nawet wręcz przeciwnie – ukonstytuowała się silna opozycja wokół obszaru ideologicznego, określonego znacznikiem „granice sprawowania władzy”. Podobnie istotne dla Ligi Polskich Rodzin kwestie wyrażone znacznikiem ideologicznym „wartości chrześcijańskiej demokracji”, oscylujące na krawędzi fundamentalizmu religijnego, nie stanowiły centrum zainteresowania innych klubów parlamentarnych. W jednej z debat kwestia ta podniesiona została przez reprezentanta LPR: „Cieszy mnie, że jest to nasza wspólna inicjatywa ponadklubowa. Ale niepokoi mnie i boli, że wielu parlamentarzystów Prawa i Sprawiedliwości, występując w niektórych mediach, prezentuje zupełnie inne stanowisko”. Na płaszczyźnie gospodarczej Platforma Obywatelska przejawiała nastawienie podobne do stanowiska Sojuszu Lewicy Demokratycznej w zakresie znacznika ideologicznego „inwestycje gospodarcze”, w obrębie znacznika „samorządność” panowała zgodność między tymi klubami: PiS, SLD i PSL.

W tym miejscu warto rozważyć pewną wątpliwość: czy uzyskane wyniki mogą być zdeterminowane tematyką debat, które zostały wybrane do analizy? W przedstawionym opracowaniu uznaje się, że mechanizm działania ideologii pozbawiony jest jakichkolwiek aspektów treściowych, „tym samym ideologia odnosić się może do wszystkich tematów komunikacji i do wszystkich sytuacji komunikacyjnych, niezależnie od czasu i przestrzeni komunikacji” (Fleischer 2008: 97). Z tego założenia wynika, iż bez względu na poruszany w debacie temat (organizacja służby zdrowia, obronność kraju czy wprowadzenie obowiązku noszenia kamizelek odblaskowych przez pieszych) treści ideologiczne preferowane przez daną partię i tak się ujawnia. Niewątpliwie jednak dla rzetelności badań ważne jest uświadomienie sobie przez badacza, że powyższe stwierdzenie przyjęte jest z mocą założenia i zachowanie pewnej ostrożności przy formułowaniu ostatecznych wniosków.

W ramach uzupełnienia i argumentu potwierdzającego prawdziwość założonych w pracy tez warto dodać, że po wyborach w 2007 roku powstała koalicja PO–PSL. W tabeli 6 zaznacza się wspólny obszar ideologiczny tych ugrupowań wyrażony znacznikiem „samorządność”. W „Deklaracji koalicyjnej” podpisanej przez przewodniczących partii 23 listopada 2007 roku zapisano m.in.: „Obie strony deklarują wolę dalszej przebudowy ustrojowej państwa w stronę jego większej decentralizacji poprzez zwiększenie roli samorządów, poszerzenie ich kompetencji i wzmocnienie finansowych podstaw działania oraz szerokiego stosowania

zasady pomocniczości”. W okresie 2005–2006 tylko Platforma Obywatelska przejawiała pozytywną postawę względem nawiązania bliskiej współpracy z Unią Europejską, inne kluby bądź nie uwzględniały tego obiektu w swoim dyskursie, bądź odnosiły się do niego z wrogością (np. Samoobrona RP, LPR).

Na koniec należy omówić, jak uzyskane dane wpłynęły na weryfikację proponowanych hipotez badawczych, które brzmiały:

H1: Wypowiedzi reprezentantów partii politycznych wskazują na pluralistyczny charakter polskiego systemu partyjnego.

H2: Profil ideologiczny partii zbudowany jest z komponentów różnych prototypowych systemów ideologicznych.

H3: W orientacji ideologicznej partii można wyznaczyć dominujący obszar ideologiczny, czyli pewne aspekty ideologiczne będą szczególnie silnie reprezentowane.

Należy stwierdzić, że wyznaczone hipotezy znajdują potwierdzenie w uzyskanych danych. Analiza debat parlamentarnych przeprowadzona została metodą wywodzącą się z gramatyki komunikacyjnej. Profile ideologiczne partii politycznych, będące wyrazem ich orientacji ideologicznej, zbudowane są z komponentów różnych prototypowych systemów ideologicznych, przy czym należy zaznaczyć, że jest to najczęściej spotykana sytuacja, ale nie konieczna – możliwe jest, że profil partii ideologicznej będzie zbudowany wyłącznie z komponentów jednej ideologii, taka sytuacja utrudnia jednak nawiązanie współpracy politycznej np. w momencie tworzenia rządu koalicyjnego. Pomimo powszechnego swoistego eklektyzmu ideologicznego w profilach badanych partii, możliwe było wskazanie dominujących w ich orientacji ideologicznej obszarów ideologicznych. Opierając się na przeprowadzonym badaniu, można stwierdzić, że szacowane na podstawie wypowiedzi reprezentantów partii politycznych zróżnicowanie ideologiczne polskiego systemu partyjnego w latach 2005–2006 zostało potwierdzone. Metoda badania dyskursu parlamentarnego oparta na założeniach gramatyki komunikacyjnej i wykorzystująca koncepcję znaczników ideologicznych jest adekwatna do realizacji wyznaczonych celów badawczych.

Literatura

- Awdiejew Aleksy (2008), *Ideologia. Postawa i komunikacja*, [w:] *Ideologie w słowach i obrazach*, red. I. Kamińska-Szmaj i in., Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław, s. 65–72.
- Awdiejew Aleksy, Habrajska Grażyna (2009), *Strategie propagandowe i agitacyjne*, [w:] *Rozmowy o komunikacji 3. Problemy komunikacji społecznej*, red. G. Habrajska, Oficyna Wydawnicza Leksem, Łask, s. 9–54.
- Charciarek Andrzej (2015), *Zwroty etykietałne jako chwyt retoryczny w polskim i czeskim dyskursie parlamentarnym*, [w:] *Oblicza przeciwnika: język a rzeczywistość w kategoriach ekspresji, polityki, ideologii*, red. P. Czerwiński, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice, s. 15–40.

- Figiel Agnieszka (2009), *Języki IV RP. Podziały społeczno-polityczne w dyskursie polityki*, Wydawnictwo Naukowe Wydziału Nauk Społecznych Uniwersytetu im. A. Mickiewicza w Poznaniu, Poznań.
- Filipczak Anita (2010), *Mechanizmy manifestowania orientacji aksjologicznej na przykładzie debat parlamentarnych*, [w:] *Rozmowy o komunikacji 4. Metodologia i praktyka komunikacji społecznej*, red. G. Habrajska, Oficyna Wydawnicza Leksem, Łask, s. 71–86.
- Filipczak-Białkowska Anita (2018), *Mechanizmy manifestowania orientacji ideologicznej w dyskursie politycznym*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego – Primum Verbum, Łódź.
- Grzegorzewski Krzysztof (2014), *Homo rethoricus w telewizyjnym dziennikarstwie politycznym*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź.
- Kamińska-Szmaj Irena (2001), *Słowa na wolności. Język polityki po 1989: wypowiedzi, dowcip polityczny, słownik inwektyw*, Wydawnictwo Europa, Wrocław.
- Kampka Agnieszka (2009), *Perswazja w języku polityki*, Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa.
- Laskowska Elżbieta (2004), *Dyskurs parlamentarny w ujęciu komunikacyjnym*, Wydawnictwo Akademii Bydgoskiej im. Kazimierza Wielkiego, Bydgoszcz.
- Loewe Iwona (2018), *Dyskurs telewizyjny w świetle lingwistyki mediów*, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice.
- Michalewski Kazimierz (2013), *Telewizyjny dyskurs polityczny*, [w:] *Jazyk a diskurz v kulturnom a politickom kontexte*, red. S. Ondrejovič, Veda, Vydavateľstvo Slovenskej Akadémie Vied, Bratislava, s. 77–84.
- Pałuszyńska Edyta (2012), *Strategie dziennikarzy i ich rozmówców w medialnym dyskursie publicznym*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź.
- Piekot Tomasz, Poprawa Marcin (2009), *Trzy niebezpieczeństwa badań nad ideologiami*, [w:] *Ideologie codzienności*, red. I. Kamińska-Szmaj i in., Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław, s. 7–10.
- Polkowska Laura (2015), *Język prawicy*, Wydawnictwo Uniwersytetu Kardynała Stefana Wyszyńskiego w Warszawie, Warszawa.
- Pstrąg Jakub (2004), *Wербalne i niewербalne techniki i strategie konwersacyjnego oponowania na materiale debat telewizyjnych*, Universitas, Kraków.
- Rasiński Lothar (2009), „Reguły” i „gry” świata społecznego – Wittgenstein, de Saussure i zwrot lingwistyczny w filozofii społecznej, [w:] *Język, dyskurs, społeczeństwo. Zwrot lingwistyczny w filozofii współczesnej*, red. L. Rasiński, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa, s. 7–27.
- Sieradzka-Baziur Bożena (2011), *Język polityki – dotychczasowe prace oraz perspektywy badawcze*, „Horyzonty Polityki”, nr 2, s. 89–110.
- Siewierska-Chmaj Anna (2004), *Język polskiej polityki: politologiczno-semantyczna analiza exposé premierów Polski w latach 1919–2004*, Wyższa Szkoła Informatyki i Zarządzania, Rzeszów.
- Szkudlarek-Śmiechowicz Ewa (2010), *Tekst w radiowej i telewizyjnej debacie politycznej. Struktura – spójność – funkcjonalność*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź.
- Śpiewak Paweł (2004), *Obietnice demokracji*, Prószyński i S-ka, Warszawa.

- Wasilewski Jacek (2014), *Debata a media*, [w:] *Sztuka debaty*, red. M. Kochan, Instytut Kultury Miejskiej, Gdańsk, s. 109–126.
- Wasilewski Jacek, Skibiński Adam (2008), *Prowadzeni słowami. Retoryka motywacji w komunikacji publicznej*, Difin, Warszawa.
- Wodak Ruth (2011), *Wstęp*, [w:] *Jakościowa analiza dyskursu w naukach społecznych*, red. R. Wodak, M. Krzyżanowski, Oficyna Wydawnicza Łośgraf, Warszawa, s. 11–48.

METODA TRIANGULACJI QUASI-EKSPERYMENTU I ANALIZY DYSKURSU W CELU BADANIA WIZERUNKU KOMUNIKOWANEGO WERBALNIE

7.1. Dyskursywna analiza wizerunku realizowana na materiale empirycznym – *Anna Barańska-Szmitko*

<https://doi.org/10.18778/8220-429-2.14>

7.1.1. Wprowadzenie

Dyskursywna analiza wizerunku realizowana na materiale empirycznym jest autorską metodą badania wizerunku, która łączy rozwiązania metod badań społecznych, komunikacyjnych i lingwistycznych. Jej głównym celem jest określenie wykładników komunikacyjnych (sposobów komunikowania) cech wizerunkowych autora wypowiedzi, co ważne: wypowiedzi realizowanej w systemie języka naturalnego. Konkretnie rozwiązania metodologiczne wywodzą się z teoretycznych założeń racjonalnego konstruktywizmu Michaela Fleischera, zgodnie z którym interpretator konstruuje komunikat na podstawie odbieranej wypowiedzi i tym samym czytelnik konstruuje wizerunek autora tekstu na podstawie czytanych słów. Z konstruktywizmu wywodzi się też charakterystyczne dla omawianej metody skupienie na wyniku komunikacyjnym, a nie na intencjach nadawczych, oraz silne dążenie do maksymalnego, możliwego do uzyskania, intersubiektywizmu¹ oraz empiryczności w prowadzeniu badań naukowych.

Stąd też w badaniach biorą udział respondenci, którzy czytają teksty, a następnie określają cechy wizerunkowe autora wypowiedzi, by w kolejnym etapie wskazać te fragmenty tekstu, które stały się podstawą do przypisania każdej z wymienionych cech. Tak empirycznie pozyskany materiał badawczy (stąd „analiza na materiale empirycznym”) poddaje się dyskursywnej analizie pozwalającej wyłonić sposoby komunikowania (wykładniki komunikacyjne) poszczególnych cech wizerunkowych. Do tej pory nie stosowano takiej metody, która sprawdzałaby efekt komunikacyjny, a następnie weryfikowała materiał językowy, by zdefiniować sposób osiągnięcia określonego efektu.

¹ Obiektywizm jest z założenia odrzucany, o czym dalej przy szerszym opisie konstruktywizmu.

7.1.2. Zaplecze teoretyczne i konsekwencje metodologiczne

7.1.2.1. Konstruktywizm

Dla dyskursywnej analizy wizerunku realizowanej na materiale empirycznym, wywodzącej się z racjonalnego konstruktywizmu Michaela Fleischera, istotne są takie elementy teorii wiodącej, jak: podział na trzy rzeczywistości, konstituowanie trzeciej rzeczywistości przez komunikację rozumianą jako mechanizm systemu społecznego, podział na *wypowiedź* i *komunikat*, postulat empiryczności badań, w końcu założenia preferowanego sposobu analizy dyskursu, które w naturalny sposób wynikają z założeń teoretycznych, a które w analizie dyskursu na materiale empirycznym zostały adaptowane na potrzeby badania wizerunku.

Koncepcja Michaela Fleischera wywodzi się z teorii systemów Niklasa Luhmanna (zob. Luhmann 2007; Fleischer 2007: 37–85), stąd epistemologiczny jej charakter. W racjonalnym – jak swoją propozycję nazywa sam autor – konstruktywizmie M. Fleischera punktem wyjścia jest rozróżnienie trzech rzeczywistości: fizycznej, biologicznej i społecznej (zob. Fleischer 2007: 306–309). Istotne też jest podkreślenie emergentnego charakteru rzeczywistości, tj. pierwsza rzeczywistość stanowi podstawę, bez której nie może powstać druga rzeczywistość, a te dwie z kolei tworzą bazę, na której dopiero może pojawić się trzecia. Pierwsza rzeczywistość – realność – ogranicza się do fizycznych zjawisk i tym samym fale, drgania czy struny stanowią materię, z której jest zbudowana. W drugiej rzeczywistości – biologicznej – powstają obiekty postrzeżone przez organizm (uczestnika systemu biologicznego). Innymi słowy, istnienie organizmu, możliwość postrzegania przez niego i konstruowania obiektów to cechy charakterystyczne tej rzeczywistości, ale postrzeżone obiekty pozostają asemantyczne. Trzecia rzeczywistość „powstaje wraz z pojawieniem się komunikacji, a więc semantyki” (Fleischer 2007: 172). Obdarzony znaczeniem obiekt staje się obiektem komunikacyjnym i współtworzy system społeczny.

Komunikacja bowiem – podobnie jak u Luhmanna – nie jest zbiorem jednostek biologicznych, ale stanowi mechanizm systemu społecznego, polega na „negocjacji znaczeń, z której wynika (niechcący) generowanie i utrzymanie w ruchu systemu społecznego” (Fleischer 2010: 174). Ważne, że obie te wielkości wzajemnie się konstytuują, tj. system społeczny nie może istnieć bez tworzącej go komunikacji, ale też komunikacja nie może istnieć bez systemu społecznego, który umożliwia jej funkcjonowanie. W racjonalnym, zorientowanym systemowo konstruktywizmie, dla egzystencji systemu najważniejsze jest, by komunikacja trwała i nie zanikała, stąd też „zawartość” komunikacji, czyli semantyka stosowanych znaków (np. językowych), choć ważna, to nie stanowi prymarnego celu komunikacji. To dość istotne założenie omawianej teorii, ponieważ odbiega od powszechnego konceptualizowania komunikacji jako narzędzia porozumiewania się, zrozumienia, informowania itd. Komunikacja nie służy porozumieniu,

ale trwaniu systemu społecznego (Fleischer 2007: 168–169). Badanie wypowiedzi czy komunikatów ma w tym ujęciu służyć między innymi odtworzeniu reguł funkcjonowania komunikacji, co realizuje się również w analizie dyskursu na materiale empirycznym.

Fleischerowski konstruktywizm rozróżnia przy tym *wypowiedź* od *komunikatu*. Wypowiedzi rozumie się jako „materialne dane, fizycznie obecne i transportowane wehikuły, które nawet jeśli zamrożone, dają sposobność do wytwarzania komunikatów lub dostarczają bezpośrednio podstawy do tej operacji” (Fleischer 2008: 60). Podczas gdy komunikaty to „(re-)konstruktywne rezultaty jakkolwiek rozumianych procesów percepcji indywidualnych interpretatorów (w Parsonsofskiej terminologii – systemów świadomości), które powstają przez kognitywno-emocjonalne operacje w pojedynczych mózgach” (Fleischer 2008a: 60, por. Awdiejew 2011: 46; Awdiejew, Habrajska 2011: 57). Każdy więc tekst, czyli użycie języka naturalnego, ale również każde użycie jakiegokolwiek innego systemu znakowego stanowi *wypowiedź* i tym samym materialną podstawę dla skonstruowania przez interpretatora *komunikatu*. Takim *komunikatem* są też poszczególne cechy wizerunkowe, przypisywane autorowi słów na podstawie jego *wypowiedzi*.

W dyskursywnej analizie wizerunku na materiale empirycznym nie weryfikuje się medialnych wypowiedzi o danej osobie (temu służy analiza zawartości przekazów medialnych – zob. np. *Metody badania wizerunku w mediach* albo Lisowska-Magdziarz 2004), ale **wypowiedzi tej osoby** (której wizerunek się bada) na temat inny niż własna osoba².

Takie podejście stanowi konsekwencję podziału nie tylko na *wypowiedź* i *komunikat*, ale również na *mówienie* i *komunikowanie*, które zakłada, że „Mówi się coś. Jest to wtedy powiedziane, słyszało się to, skonstruowało znaczenie itp. Ponadto jednak poprzez mówienie również się komunikuje, mówiąc coś tak, a nie inaczej” (Fleischer 2011: 13). Mogę więc powiedzieć, że jestem pasjonatem i znawcą hiszpańskiego postmodernizmu, największym uznaniem darzę jego czołowego twórcę Williama Shakespeare’a, szczególnie ceniąc go za rozwiązania narracyjne zastosowane w sonecie *Rozmowa Mistrza Polikarpa ze Śmiercią*. Powiedziałam nie więcej niż powyższe słowa, zakomunikowałam natomiast głęboką ignorancję w zakresie wiedzy o literaturze i jej historii.

Racjonalny konstruktywizm postuluje ponadto **empiryczność prowadzonych badań**, którą rozumie jako zapewnienie badaniom weryfikowalności oraz falsyfikowalności. Pierwsza z tych kategorii to konieczność przedstawienia możliwych do obserwacji zjawisk i warunków ich funkcjonowania – to, co opisujemy, powinno być możliwe do odtworzenia i/lub powtórnego zobaczenia.

² Wypowiedzi o własnej osobie rozumie się jako autoprezentację (zob. Barańska-Szmitko 2018b: 38–41). Por. Leary 2007: 14; Szmajke 1996: 25–26; Rudy-Muza 2011: 10–28).

Falsyfikowanie natomiast pozwala na projektowanie badań pozytywnie bądź negatywnie weryfikujących stawiane hipotezy (Fleischer 2008: 53–56).

W końcu konstruktywistyczna analiza dyskursu podobnie jak inne analizy dyskursu³ zaznacza, że „to nie wypowiedź, a w każdym razie nie sama wypowiedź jest przedmiotem analizy, lecz wielkości w niej zawarte lub wielkości, które wynikają lub manifestują się dopiero z tak a nie inaczej dokonanego zestawienia wielu wypowiedzi” (Fleischer 2008: 110). W tym przypadku jednak wypowiedź uwzględnia się z jej „ogólnymi, typowymi cechami i właściwościami, generalnymi procedurami organizacji” (Fleischer 2008: 95), co oznacza wprowadzenie aspektu ilościowego w analizie dyskursu z silnym rozróżnieniem ogólnych tendencji od szczegółowych przypadków oraz naciskiem szczególnej uwagi dla pierwszych z nich.

7.1.2.2. Metodologiczne konsekwencje

Koncepcja trzech rzeczywistości i w następstwie odejście od transmisyjnego modelu komunikacji⁴ ma swoje konsekwencje metodologiczne, **wyklucza** bowiem **uwzględnienie intencji** w analizie. Istotny jest efekt komunikacyjny, skutek, jaki dana wypowiedź osiąga (Fleischer 2008: 100), np. wizerunkowy. Intencje mówiącego są też badaczowi niedostępne (Fleischer 2008: 97–99). Nie wyklucza to intencji, które posiadają wypowiadające się osoby, ale z założenia ten aspekt nie stanowi przedmiotu badawczego, skoro komunikacja jest mechanizmem systemu i jako taki powinna być badana. Ponadto, ponieważ rzeczywistość zapośredniczona zostaje przez znaki, to jest przez poszczególnych interpretantów konstruowana i to właśnie **efekt konstruowania, komunikat (to, co komunikowane)**, a także **sposoby konstrukcji komunikatu, które można odtworzyć na podstawie wypowiedzi (to, co mówione)** stanowią główny przedmiot badawczy. Z tych samych powodów nie bierze się pod uwagę kategorii poprawności komunikacji, trudno bowiem mówić o poprawności mechanizmu. Tak jak trud-

³ Analiza dyskursu i sam dyskurs są określeniami bardzo często używanymi lub wręcz nadużywanymi, dlatego trudno wymienić wiodące typy czy nurty. Wydaje się jednak, że spójne koncepcje zaprezentowali np. Grażyna Habrajska i Aleksy Awdiejew (2010) czy przedstawiciele krytycznej analizy dyskursu (zob. np. Duszak 1998; Duszak, Fairclough 2008). Pewną próbę wyodrębnienia i uporządkowania podejść analitycznych ukazano w monografii wieloautorskiej *Analiza dyskursu publicznego. Przegląd metod i perspektyw badawczych* pod red. M. Czyżewskiego, M. Otrockiego, T. Piekota i J. Stachowiaka. Bez względu jednak na przyjętą koncepcję za podstawę w każdym z tych ujęć uznaje się przekonanie, że dyskurs nie sprowadza się do wypowiedzi, ale wypowiedzi (w jakimkolwiek systemie znaków) stanowią aktualizację dyskursu, na podstawie której można wnioskować o cechach danego dyskursu z jego regułami, wartościami, semantykami czy warunkami funkcjonowania.

⁴ Szerzej o transmisyjnym modelu komunikacji i potrzebie odejścia od niego – zob. Fleischer 2010: 165–176, ale też Kulczycki 2012.

no mówić o poprawności bądź błędności ewolucji, tak też trudno stosować te wielkości do komunikacji (Fleischer 2008: 100). Empiryczne podejście oznacza stworzenie takich warunków badania, które umożliwią jego powtórzenie i zweryfikują hipotezy. Zasady analizy dyskursu pozwalają bazować na wypowiedzi i wprowadzają, obok jakościowego, ujęcie ilościowe.

Powyższe elementy teorii i ich implikację w dyskursywną analizę wizerunku materiału empirycznego niech zobrazuje hipotetyczna sytuacja wyborów, w której panowie Nowak i Kowalski głosują na polityka Iksińskiego, dlatego że jest on uczciwy. Dla wyników wyborów (i dla badań z użyciem opisywanej tutaj metody) nie ma żadnego znaczenia, czy panowie Nowak i Kowalski wiedzą i rozumieją, czym jest uczciwość (czy ta komunikacja jest poprawna), ani to, czy polityk Iksiński chciał być za uczciwego postrzegany (intencje). Ważne natomiast, że w ogóle określono polityka taką cechą (komunikat, efekt komunikacyjny, efekt konstruowania) oraz istotna staje się kwestia, co takiego w wypowiedzi polityka się pojawiło, że wywołało przypisanie mu uczciwości (sposoby wywołania danego efektu, właściwości wypowiedzi, wykładniki komunikacyjne, cechy *mówienia*). By zbadać właściwości wypowiedzi polityka, najlepiej zapytać wyborców, jakie cechy przypisują politykowi, a następnie na podstawie jakich słów polityka ci wyborcy dokonali wskazanych przypisań. Tak empirycznie zebrany materiał może stanowić podstawę dyskursywnej analizy wizerunku tutaj omawianej.

7.1.2.3. Cechy dyskursywnej analizy wizerunku na materiale empirycznym w porównaniu z konstruktywistyczną analizą dyskursu

Chęć zastosowania konstruktywistycznej analizy dyskursu do badania wizerunku osoby wypowiadającej się wyłoniła jej odmianę w postaci dyskursywnej analizy wizerunku na materiale empirycznym. Opisywanej tu metodzie przyświecają wszystkie ustalenia teoretyczne wyżej referowane. Jedyną zmianą, jaką wprowadzono, stał się sposób pozyskiwania materiału badawczego, wynikający z silnego nacisku autorki metody na zachowanie możliwie intersubiektywnego charakteru badań.

W konstruktywistycznej analizie dyskursu materiał stanowiły homogenne korpusy czy też korpus tekstów (Fleischer 2008: 110), podczas gdy w dyskursywnej analizie wizerunku na materiale empirycznym, jak sama nazwa wskazuje, materiał pozyskiwany jest empirycznie, a dokładniej w formule eksperymentu, w którym respondenci czytają tekst, przypisują cechy wizerunkowe, następnie wskazują fragmenty przeczytanej wypowiedzi, aktualizujące wskazane cechy. Korpus tekstów jest więc dość specyficzny, nie są to całe teksty, ale wyłącznie cytaty wyrażające cechy autora wypowiedzi. Zaletą takiego rozwiązania jest wspomniany intersubiektywizm, dzięki któremu posługujemy się nie wyobrażeniem jednej osoby (badacza) na temat cech autora słów i ich aktualizacji, ale konstrukcją właściwą dla większej liczby osób, a przy odpowiedniej próbie – konstrukcją

powszechną w danym miejscu, czasie i w określonym dyskursie. Jest to też materiał o określonej funkcjonalności, zbiory fragmentów bowiem mają w tym wydaniu funkcję ograniczoną do komunikowania przypisanych im cech wizerunkowych. Funkcję tę – inaczej niż w konstruktywistycznej analizie dyskursu – określają respondenci, nie badacz.

Bez zmian w stosunku do konstruktywistycznej inspiracji pozostaje brak uwzględnienia intencji autora oraz poprawności wypowiedzi, a także zasada weryfikowalności i falsyfikowalności. Zgodnie też z założeniami pierwotnej metody za uzasadnione uznaje się wykorzystanie aspektu ilościowego w analizie.

7.1.3. Cele, metody i zakres przedmiotów badawczych

Głównym celem dyskursywnej analizy wizerunku na materiale empirycznym jest **określenie wykładników komunikacyjnych** (sposobów komunikowania) **poszczególnych cech wizerunkowych** danej osoby, które to cechy aktualizują się w jej wypowiedzi językowej (w systemie znaków języka naturalnego). Konieczne staje się też (choć to już cel poboczny) **wyłonienie cech wizerunkowych** przypisywanych autorowi tekstu przez respondentów (dla tych cech ustala się później wyżej wspomniane wykładniki).

Mając do dyspozycji przypisane autorowi tekstu cechy wizerunkowe oraz fragmenty jego wypowiedzi, w których aktualizują się poszczególne cechy, jesteśmy w stanie ustalić, jakie są sposoby ekspresji (sposoby komunikowania) tych cech na poziomie leksyki, składni, obrazowania, stylu językowego i innych możliwych do wykorzystania w tekście środków⁵. Efektem analizy jest ich systematyka i opis, swego rodzaju **catalog środków/wykładników komunikacyjnych, właściwych do komunikowania danej cechy wizerunkowej** (zob. Barańska-Szmitko 2018b: 107–348).

Ponieważ dotychczasowe użycia metody badawczej (najszerzej zrealizowane w publikacjach: Barańska-Szmitko 2018a, 2018b) wykazały możliwą zależność między przypisywanymi cechami oraz ich wykładnikami a dyskursem, w którym realizowano wypowiedź, to uzasadnione jest również postawienie przed tą metodą celu zbadania specyfiki **relacji między przypisywanymi cechami wizerunkowymi a rodzajem dyskursu**. Zdarza się także, że ten sam wykładnik komunikacyjny służy komunikacji różnych cech wizerunkowych (zob. Barańska-Szmitko 2016a, 2017a,b,c, gdzie mowa o relacji między wizerunkiem a odpowiednio: leksyką potoczną, przywoływaniem tekstów kultury, stosowaniem metafory, posługiwaniem się różnymi stylami w jednej wypowiedzi), dlatego dyskursywna analiza wizerunku na materiale empirycznym może sprawdzać **wizerunkowe możliwości komunikacyjne określonych elementów dyskursu**.

⁵ Zbiór tych środków nie jest zamknięty, o czym szerzej w części dotyczącej zasad analizy.

7.1.3.1. Te same przedmioty badawcze w świetle innych metod

Tak zdefiniowanych celów (**wizerunek, wykładniki komunikacyjne, zależność wizerunku od dyskursu oraz wizerunkowe możliwości komunikacyjne określonych elementów dyskursu**) nie badano do tej pory według wszystkich jednocześnie wyżej postulowanych zasad (intersubiektywność, brak uwzględnienia intencji oraz poprawności, empiryczność, aspekt ilościowy). Badano jednak te same przedmioty badawcze lub ich elementy innymi metodami. Konfrontacja dyskursywnej analizy wizerunku na materiale empirycznym z innymi metodami badawczymi, weryfikującymi podobne pola badawcze, pozwoli lepiej dostrzec różnice, cele i efekty zastosowania określonych rozwiązań.

7.1.3.1.1. Wizerunek

Posługując się terminologią konstruktywistyczną, wizerunek należy rozumieć jako to, co interpretatorzy konstruują na temat danego obiektu (zob. Barańska-Szmitko 2018b: 37). Podkreślany jest więc aktywny udział odbiorcy wypowiedzi w konstruowaniu wizerunku jej autora. Nie jest to jednak wyłącznie podejście konstruktywizmu do kwestii wizerunku, ale także perspektywa dyscypliny, dla której wizerunek stanowi pojęcie kluczowe, czyli dla public relations. Tak na przykład aktywną rolę odbiorcy w procesie kształtowania wizerunku oraz jego wieloaspektowość podkreśla Krystyna Wojcik: „Image to wyobrażenie, jakie jedna lub wiele publiczności ma o osobie, przedsiębiorstwie lub instytucji; nie jest to obraz rzeczywisty, dokładnie i szczegółowo nakreślony, ale raczej mozaika wielu szczegółów, podchwyconych przypadkowo, fragmentarycznie, o nieostrych różnicach” (2009: 41, za Grunning 2001: 364). Jeszcze wyraźniej image jako kategorię aktywnego odbioru i konstrukcji podkreśla Jerzy Altkorn – choć w kontekście wyłącznie przedsiębiorstwa – „Wizerunek nie jest tym, w co firma wierzy, że powinno znaleźć się w umysłach interesariuszy, lecz sumą odczuć i przekonań o niej w ich umysłach” (2004: 7–8). Jasne więc jest, że wizerunek to konstrukcja uczestnika komunikacji na temat obiektu (w tym również człowieka), na podstawie jego komunikacji.

Tak rozumiany wizerunek weryfikują przede wszystkim badania, bazujące na metodach ankietowych, na *case study* bądź posługujące się analizą treści i/lub zawartości.

W przypadku badań ankietowych za pomocą kwestionariusza z pytaniami otwartymi lub zamkniętymi sprawdza się wizerunek danego obiektu (instytucji, firmy, miejsca, osoby). Zakres tego typu badań jest bardzo obszerny. Są opracowania, w których ustala się wizerunek kierunku studiów (Pietrzak 2012), studentów (Leszczyńska, Mikołajczyk, Miszczak 2011), pracowników uniwersytetów (zob. Grech 2014), szkoły wyższej (Szymańska 2003; Kurek 2010; Waszkiewicz 2010, 2011), uniwersytetu jako takiego (Grech 2011, 2013) lub też konkretnego (Zemanek 2017). Badacze zajmują się także analizą wizerunku obszaru

geograficznego i administracyjnego, np. kraju i jego mieszkańców (zob. np. *Obraz Polski i Polaków w Europie*, 2003) lub jednostek samorządu terytorialnego (Chacholek 2011). Bywają badane image'e portali społecznościowych (np. Facebooka i Naszej Klasy w Sierakowska 2012), marek herbat (Piasny 2013), „inteligentnego domu” (Burska 2013), aut (Jeżewska 2013), instytucji (np. Galerii Wnętrz – Wszolek 2013, Państwowego Muzeum Auschwitz-Birkenau – Turek 2013, wymiaru sprawiedliwości – Majchrzak, Dąbrowski 2016), a nawet idei (w bardzo szerokim rozumieniu tego słowa), takich jak buddyzm (Chycki 2013) czy wegetarianizm (Trzciałkowska 2016). Wizerunek osób bardzo rzadko pojawia się wśród przedmiotów badawczych eksplorowanych tą metodą⁶. Wspomnieć tu można jedynie określenie wizerunku „człowieka – instytucji” Steve’a Jobsa (Szymański 2013) czy prezydenta Wrocławia, Rafała Dutkiewicza (Adamczyk 2016).

Metoda ankietowa pozawala intersubiektywnie zbadać wizerunek danego obiektu komunikacyjnego. Kiedy wykorzystuje pytania otwarte, odtwarza image, funkcjonujący w komunikacji społecznej. Pytania zamknięte (często w postaci dyferencjału semantycznego) nie mają już w pełni tego waloru, ponieważ podają uczestnikom badania cechy wizerunkowe, które są często dookreślane na skali, co stanowi swego rodzaju narzucenie wizerunku i sprawdzanie intensywności zaproponowanych odgórnice cech (jest to przydatne narzędzie, by doprecyzować wstępnie znany wizerunek).

Wykorzystanie ankiet różni się od dyskursywnej analizy wizerunku na materiale empirycznym przede wszystkim tym, że nie bada wyłącznie określonego systemu znaków i wpływu na wizerunek (np. wpływ tekstu na wizerunek), ale bazą są wyobrażenia respondentów, oparte na wypowiedziach z różnych i często wielu systemów znakowych (słowo, obraz, dźwięk). Bez względu na to, czy eksploruje się wizerunek miasta, instytucji czy człowieka, dla uczestnika badania zwykle podstawą (re)konstrukcji wizerunku są wypowiedzi o danym obiekcie, a nie wypowiedzi tego obiektu. Te metody nie służą też odtwarzaniu wykładników komunikacyjnych danych cech wizerunkowych. Stosowanie ankiet ma więc swoje uzasadnienie, głównie wtedy, gdy chcemy przeprowadzić badanie z zachowaniem warunku intersubiektywności, a celem jest weryfikacja intensywności już złożonych cech, oraz gdy dąży się do odtworzenia wizerunku opartego na kilku systemach znakowych. Nie pozwoli jednak określić wykładników komunikacyjnych poszczególnych cech wizerunkowych, które – bywa że – proponuje.

Metodą, która poniekąd sprawdza wpływ wypowiedzi w wielu systemach znakowych na wizerunek, jest *case study*. Image traktuje się tu jednak tylko jako jedną ze zmiennych branych pod uwagę w złożonym procesie kreowania wizerunku. Istotą *case study* stanowi zbadanie jednego lub niewielkiej liczby przypadków z wykorzystaniem każdej metody, która wydaje się właściwa (Punch

⁶ Częściej wykorzystuje się inne metody, o czym w dalszej części tekstu.

1998: 150 za Silverman 2009: 168). Sprawdza się w ten sposób, jaki poszczególne przedsięwzięcia, sytuacje, działania czy wypowiedzi miały wpływ na wizerunek np. miasta (Młynarczyk 2010), służby zdrowia (Skawińska 2007), uczelni wyższej (Smyczyńska 2007; Stasiuk-Krajewska 2011), banku (Szafraniec 2007) czy zgromadzenia zakonnego (Borkowski 2011). Metoda ta szczególnie przydatna wydaje się w przypadku analizy sytuacji kryzysowej (zob. np. Tworzydło 2019a, b; Hajduk 2017; Borzdyńska 2020).

Mimo że zwykle głównym przedmiotem zainteresowania *case study* jest relacja między poszczególnymi zdarzeniami komunikacyjnymi a wizerunkiem, trudno tej metodzie przypisać intersubiektywizm⁷. Poszczególne zmienne, wpływające na image, nie są weryfikowane, ale wnioskowane na podstawie przebiegu zdarzeń. Zazwyczaj też *case study* wykorzystuje się w celu badania wizerunku nie osoby, ale marki, firmy czy instytucji.

Szeroką grupę badań bardzo często odtwarzających wizerunek osób na podstawie przekazów medialnych stanowią opracowania posługujące się analizą zawartości i zwykle też analizą treści. Chętnie tą metodą badany jest image polityków, a wśród nich np. wizerunek Jarosława Kaczyńskiego (Brodnicka 2019), Ewy Kopacz, Beaty Szydło, Donalda Tuska (Gierło-Klimaszewska, Gajda 2019), Donalda Trampa (Rosińska 2019), Józefa Stalina (Sarna 2019) czy szeroko rozumiany wizerunek kobiety-polityka (Vashkechich 2018), choć też inne przedmioty badawcze bywają obiektem zainteresowania, a wśród nich np. felietonistka jako reprezentantka linii programowej pisma (Dąbrowska-Cendrowska 2011), zgromadzenia zakonne (Leśniczak 2019), diaspora polska (Pugacewicz 2018), osoby z zaburzeniami psychicznymi (Krawczyński 2016) czy starość (Lenartowicz-Skrzypczak 2015).

Bywa, że czysto językoznawcze metody odtwarzają wizerunek. Wśród nich można wskazać badania o wymiarze korpusowym, jak np. zbadanie wizerunku międzywojennego świata wileńskiej kultury za pomocą zebrania nazw apelatywnych i własnych oraz ich tematycznego skatalogowania (Węgrowska 2010), choć oczywiście jest to w dużej mierze ograniczony image analizowanego obiektu. Bywa, że badania korpusowe są bardziej złożone (np. łączy się wyniki analizy list frekwencyjnych, kolokacji i KWIC) i służą np. określeniu obrazu imigrantów (Pielużek 2018) czy uchodźców (Olender 2017), funkcjonującego w dyskursie różnych partii politycznych.

Warto zauważyć, że słowa *wizerunek* i *obraz* są często w takich opracowaniach stosowane wymiennie, choć jeśli wziąć pod uwagę wcześniej przywołaną definicję, to raczej mamy do czynienia z przedstawionym często w wybranym medium *obrazem* niż z *wizerunkiem*. Nie są to więc metody weryfikujące image wśród odbiorców mediów. Analizuje się też zazwyczaj wypowiedzi o osobach,

⁷ Wszelkie dane selekcjonowane i analizowane są przez jednego badacza, a różnorodność materiałów utrudnia wyłonienie spójnych kryteriów analizy.

a nie wypowiedzi tych osób. Dyskusyjna może też być kwestia intersubiektywizmu w przypadku analizy zawartości i treści, w tym sensie, że o ile założenia teoretyczne analizy zawartości silnie postulują tę cechę badań i proponują konkretne rozwiązania analityczne (zob. Balcerzak, Gackowski 2009: 22–25; Lisowska-Magdziarz 2004: 13–14 i dalej), o tyle poszczególne badania wydają się różnie ten postulat realizować, co może wynikać z nierównego poziomu rzetelności metodologicznej badaczy, ale także samej – trudnej do uporządkowania – natury materiału badawczego. Analiza treści jako rodzaj analizy jakościowej tym łatwiej może się temu postulatowi wymykać.

Jak zatem widzimy, stosowanie ankiet wydaje się najbardziej uzasadnione, gdy za cel obiera się weryfikację wizerunku komunikowanego w wielu systemach znakowych. *Case study* traktuje wizerunek jako kluczową, ale tylko jedną ze zmiennych w złożonym procesie kreowania wizerunku, który jest badany sposobami nieograniczającymi systemowo subiektywizmu procesu badawczego. Metody korpusowe oraz analiza zawartości i treści lub metody korpusowe odtwarzają raczej medialny obraz danego obiektu niż wizerunek konstruowany przez odbiorców wypowiedzi.

7.1.3.1.2. Wykładniki komunikacyjne

Trudno o badania wykładników komunikacyjnych poszczególnych cech wizerunkowych w przyjętym w niniejszym opracowaniu rozumieniu, czyli o prace, w których ukazuje się, jak konkretne działania językowe czy szerzej dyskursowe wpływają na komunikowanie określonych cech wizerunkowych. Niewątpliwie w pewnym wymiarze służą temu jednak badania bazujące na analizie językoznawczej w bardzo wąskim znaczeniu tego terminu (strukturalistycznym), ale też analiza stylu⁸ czy dyskursu ukierunkowana na badanie wizerunku. Ponieważ od kilku już lat panuje pewien trend łączenia i częściowej lub pełnej integracji wymienionych tu metod i trudno ukazać opracowania stosujące wyłącznie jedną z nich, to poniżej przywołane zostaną opracowania wskazujące na elementy języka, stylu czy dyskursu w powiązaniu z osobą autora badanego tekstu czy tekstów.

Najbliżej do analizy wykładników komunikacyjnych jest analiza języka i stylu poszczególnych autorów. Bywają prace, które skupione są na zbadaniu jednego, wybranego aspektu formalnego w tekstach danego autora, np. komizmu językowego (Mazur, Kozieja 2007; Gaze 2013), innowacji frazeologicznych (Olkowska 2013), sposobu oceniania (Pawelec 1990) czy metafory (Paroń 2011). Jeśli dany twórca

⁸ Autorka niniejszego opracowania reprezentuje stanowisko zbieżne z postawą autorów monografii *Style współczesnej polszczyzny. Przewodnik po stylistyce polskiej* pod red. E. Malinowska, J. Nocoń, U. Żydek-Bednarczuk (2013), gdzie panuje przekonanie, że kategoria stylu jest wypierana przez kategorię dyskursu; ponieważ jednak styl wciąż bywa używanym terminem, w niniejszym podrozdziale będzie on stosowany zgodnie z zawartością prac, o których jest tutaj mowa.

ma oryginalny styl, zdarza się nim zwrócić uwagę badaczy i powstają wówczas opracowania dotyczące np. języka popkulturowego Szymona Hołowni (Kowal 2011, 2012), idiolektostylu Krzysztofa Skiby (Kudra 2011) czy stylu felietonowego Jarosława Krawczyka, Jerzego Trammera i Michała Ogórka (Sławkowa 2000).

Często analiza formalna czy stylistyczna okazuje się niewystarczająca, by ukazać spektrum wykorzystywanych środków wyrazu danego autora i wówczas integruje się w badaniach różne metody. Tak np. z wykorzystaniem swoistej analizy dyskursu badała felietony Joanny Szczepkowskiej Maria Wojtak (2002, 2004). Dość złożoną analizę recenzji Henryka Sienkiewicza przeprowadziła Magdalena Pietrzak (2013), gdzie analiza językowa z silnym uwzględnieniem wymiaru pragmatycznego pozwoliła określić role odgrywane przed odbiorcą i wyznaczniki językowe służące wyrażaniu tych ról. Połączenie analizy leksyki z analizą tematyki wystąpień i wartości dało możliwość określenia image'u reżysera i polityka Grzegorza Brauna (Kosman 2019). Analiza leksyki i treści dzienników pisarza Teodora Parnickiego umożliwiła odtworzenie jego wizerunku (Stasiolek 2012). W pewnym zakresie analiza formalna i analiza tematyczna posłużyły do ustalenia wizerunku Łodzi w chicagowskim „Dzienniku Związkowym” (Dembowska-Wosik 2014, por. 2017). Jeśli jeszcze zwiększyć zakres stosowanych metod i połączyć analizę językową z analizą treści i analizą biograficzną, to mogą powstać dość wnikliwe opracowania, jak np. ukazanie ks. Józefa Tischnera jako osobowości medialnej (Secler 2013) czy analiza wizerunku Leonida Kuczmy na łamach tygodnika „Wprost” (Mazurkiewicz 2008).

Zaznaczyć należy, że opracowania dotyczące języka i stylu danej osoby zwykle i z założenia nie dotyczą określenia wizerunku osoby, której teksty są badane, ale uwzględnia się ukształtowanie językowe i stylistyczne wypowiedzi. Choćby identyfikowane tropy i zabiegi służą komunikowaniu określonego wizerunku, to w tego typu badaniach nie wykazuje się zależności czy związku cech tekstu z cechami autora. Widać już taką relację w analizach z użyciem kilku metod badania tekstu, choć wówczas uwzględniana jest często intencja nadawcza, ponadto wizerunek określa badacz, nie wielu odbiorców wypowiedzi, więc analiza nie wykazuje znamion intersubiektywizmu. Inne metody niż dyskursywna analiza wizerunku na materiale empirycznym pozwalają więc na określenie cech tekstu, jednak albo nie łączą ich z wizerunkiem, albo robią to w nieintersubiektywny sposób, uwzględniając intencje nadawcze. Zaznaczyć należy, że choć określenie danego wizerunku (obrazu tekstowego?) wymaga wskazania środków jego wyrazu, to są to środki założone, a nie ustalone w empirycznym procesie z uwzględnieniem wielu odbiorców (jak w dyskursywnej analizie wizerunku na materiale empirycznym).

7.1.3.1.3. Wizerunkowe możliwości komunikacyjne określonych elementów dyskursu

Jak wyżej wspomniano, badania języka i stylu danego autora skupiają się na ustaleniu funkcjonowania systemu językowego bądź rozwiązań stylistycznych, niekiedy realizowanych w określonym dyskursie, i zwykle nie łączy się ich

z wizerunkiem, zatem nawet jeśli konkretne rozwiązania językowe, stylistyczne czy szerzej dyskursowe są analizowane, to nie ukazują się ich możliwości w zakresie komunikowania wizerunku i ich relacji z dyskursem. Trudno więc wskazać metodę, która realizuje ten cel badawczy.

Należy jednak zwrócić uwagę na badania wykorzystujące formułę eksperymentu, w których sprawdza się wpływ jednej zmiennej na wizerunek, choć wówczas weryfikacji podlegają nie zmienne funkcjonujące w języku, ale zazwyczaj aktualizujące się w innych systemach semiotycznych. Tak na przykład znaleźć można opracowania dotyczące zależności wizerunku banków od kolorów stosowanych w ich komunikacji wizualnej (Rabenda-Derman 2017) czy określenia wpływu na image takich czynników jak wysokość ceny (Łysoń 2012), forma opakowania (Janicka 2012; Gliniecka 2017) czy barwa i etykieta opakowania (Wszolek, Moszczyński, Mackiewicz 2017). Wśród takich prac pojawiają się też te poświęcone wizerunkowi osób, na których image wpływ może mieć np. typ oprawek okularów (Grobela 2013), obuwiu (Grobela 2012), marka portalu społecznościowego, na którym ma się profil (Smółka-Dolecka 2012), marka auta (Łopuch 2012), przypisywany wiek (Fleischer 2012), brzmienie nazwiska sugerujące określoną narodowość (Haławin 2016) czy konwencja estetyczna i aranżacja przestrzenna zdjęcia, na którym ukazana jest dana osoba (Fleischer 2019).

Wizerunkowy potencjał określonych elementów dyskursu jest więc głównie badany za pomocą eksperymentu zwykle w zakresie zmiennych dyskursu innego niż językowy i są to badania prowadzone w paradygmacie empirycznym z uwzględnieniem intersubiektywności całego procesu.

7.1.3.1.4. Zależność wizerunku od dyskursu

Inne metody badawcze nie skupiają się na zależności wizerunku od dyskursu. Jeśli pojawiają się badania ukazujące określony wizerunek jako funkcjonujący w danym dyskursie (zob. wspomniane wyżej opracowania wykorzystujące analizę zawartości, analizę treści, analizę dyskursu, metody mieszane), to nie zwraca się uwagi na zależności, relacje i wzajemne wpływy między image'em a dyskursem, ale na zmienne kształtujące wizerunek w badanym materiale (zwykle nie w dyskursie).

Jeśli wyjść od badania dyskursu, to z kolei badacze wolą koncentrować się na jego pełnym określeniu niż na wyłącznie wizerunkowym aspekcie, stąd na przykład opracowują charakterystykę dyskursu marketingowego (Smoleń-Wawrzyszyn 2018), ezoterycznego dyskursu prasowego i telewizyjnego (Sokół-Klein 2017), dyskursu artystycznego (*Dyskurs artystyczny* pod red. G. Habrajskiej), koncepcję badań nad dyskursem strategicznym (Droziński 2020) czy łącząc się, tworząc opracowania zbiorowe ukazujące przegląd typów dyskursu (*Style współczesnej polszczyzny* pod red. E. Malinowskiej, J. Nocoń, U. Żydek-Bednarczuk, *Dyskurs i jego odmiany* pod red. B. Witosz, K. Sujkowskiej-Sobisz i E. Ficek). Innymi słowy, badacze wolą określać dany dyskurs na mniejszym lub większym materiale

badawczym, bo takiemu holistycznemu spojrzeniu zwykle służy analiza dyskursu. Może ona wspierać badanie wizerunku, ale z założenia nie służy określaniu wizerunku i zależności między image'em a dyskursem.

Trudno wskazać metodę (oprócz tutaj omawianej), która za cel lub jeden z celów obierałaby zależność między dyskursem a cechami wizerunkowymi i sposobami ich komunikowania.

7.1.4. Procedura badawcza

Procedura badawcza zakłada, że uczestnicy badania zapoznają się z przedstawionym materiałem, określają cechy wizerunkowe autora wypowiedzi, a następnie wskazują podstawę (słowa/zdania/fragmenty przeczytanego tekstu) wyłonienia każdej ze wskazanych cech wizerunkowych. Należy więc szczególnie uważnie dobrać materiał badawczy, określić respondentów i zwrócić uwagę na warunki badania.

7.1.4.1. Materiał badawczy

Jak już wyżej wspomniano, materiał badawczy stanowią cytaty z tekstu wraz z przyporządkowaniem ich do konkretnych cech wizerunkowych. Mamy więc cechę i jej tekstowe aktualizacje, a dokładnie wiele cech i wiele ich tekstowych aktualizacji.

Ważny jest sposób uzyskiwania tak rozumianego materiału badawczego. Respondenci czytają bowiem tekst danego autora (nie „o” autorze) i na podstawie lektury jego wypowiedzi określają, jakie ich zdaniem ma ta osoba cechy wizerunkowe. Takie pytanie może mieć np. postać: „Mając za podstawę przeczytany tekst, jakimi słowami opisałby Pan/opisałaby Pani autora Jana Iksińskiego?”. Kiedy uczestnicy badania wypiszą już cechy wizerunkowe, otrzymują drugie zadanie, które może przybrać brzmienie: „Proszę do każdej wskazanej przez Pana/Panią cechy Jana Iksińskiego wypisać z tekstu słowa/zdania/fragmenty, które stały się podstawą do wyłonienia danej cechy”. Wówczas każda wynotowana cecha ma również przyporządkowany jej fragment wypowiedzi, w którym się aktualizuje. Jeśli powyższe zadania postawić przed wystarczająco dużą liczbą respondentów, to korpus takich cytatów – aktualizacji danej cechy wizerunkowej może być dość znaczny i tym samym możliwa staje się analiza takiego materiału oraz wyznaczenie wykładników komunikacyjnych danej cechy wizerunkowej, a także realizacja innych celów możliwych do osiągnięcia dzięki dyskursywnej analizie wizerunku na materiale empirycznym.

Dobór tekstów jest dość złożonym zagadnieniem, zwłaszcza jeśli rozważyć kwestię komunikatywności przedstawionego respondentom materiału. Jak zostało wspomniane wyżej, czytelnik nie musi rozumieć wypowiedzi, by wykreować wizerunek autora słów (nie trzeba przecież rozumieć znaczenia wyszukanego

słownictwa, by uznać kogoś za „elokwentnego” lub „wyształconego”). Jeżeli jednak chcemy, by respondent utrzymał pewne minimalne skupienie na przedstawionym mu tekście i względnie choćby świadomie realizował stawiane przed nim zadania określenia cech wizerunkowych i ich aktualizacji, to wydaje się, że wykorzystany w badaniu tekst powinien realizować warunek komunikatywności pojmowanej jednak raczej jako pewna bliskość kontekstu komunikacyjnego niż jako realizowanie formuł czytelności. Tak np. tekst Waldemara Łysiaka nasycony kontekstami historycznymi może być zbyt odległy mentalnie dla respondentów – studentów, a bogata w konteksty (pop)kulturowe wypowiedź Kuby Wojewódzkiego może być niezrozumiała dla respondentów – seniorów (gdybyśmy chcieli właśnie takich respondentów prosić o udział w badaniu).

Podporządkowanie wyboru tekstów regułom czytelności⁹ mogłoby prowadzić do wyboru wypowiedzi sztucznych i mechanicznych (Mazur 2002: 110), dlatego bardziej zasadne wydaje się, by selekcji materiału dokonywać na podstawie komunikatywności nie tyle tekstu, co dyskursu. Innymi słowy, zakłada się, że jeśli dyskurs reprezentowany przez tekst będzie zrozumiały dla uczestników badania, to można liczyć na utrzymanie ich skupienia.

Warto tu jednak podkreślić, że dobór tekstów dla respondentów każdorazowo należy dostosować do szczegółowych celów badania. Jeśli na przykład wśród takich szczegółowych celów znalazłoby się zweryfikowanie, na ile zakładany brak zrozumiałości tekstu wpływa na konstrukcję cech wizerunkowych, to z pewnością takie badanie również byłoby interesujące.

Istotną kwestią jest też różnorodność tematyczna wykorzystywanych w badaniu wypowiedzi jednego autora oraz ich jednolitość gatunkowa. Wykorzystanie tekstów pisanych na różne tematy pozwala uniknąć wpływu poruszanej problematyki na wizerunek, co miałyby miejsce gdyby przedstawić respondentom jeden tekst dotyczący jednej kwestii (o determinacji image'u przez tematykę zob. Barańska-Szmitko 2018b: 354–355). Należy również zachować tożsamość gatunkową wszystkich wypowiedzi przedstawianych uczestnikom badania, gdyż gatunek może mieć wpływ na dokonywaną przez odbiorców konstrukcję image'u autora (tak np. naukowiec piszący o recyklingu plastiku może mieć inny wizerunek, gdy wypowiada się w artykule naukowym, a inny gdy pisze o tym w felietonie o popularnonaukowym profilu). Oczywiście te zasady należałoby zmodyfikować, jeśli tematyka i gatunek stanowią kwestię istotną dla celów badawczych konkretnego projektu naukowego.

⁹ Najogólniej ujmując, zakładają one, że: „Podstawowe cechy tekstów, które będą zrozumiałe przez szerokie gremia odbiorców, to jasność, prostota słów, stosowanie krótkich słów i krótkich zdań, złożonych z rzeczowników i czasowników” (Mazur 2002: 110). By zbadać zrozumiałość tekstu, stosuje się algorytm uwzględniający przeciętną długość zdania mierzoną w liczbie wyrazów oraz procent wyrazów trudnych, czyli czterosylabowych i dłuższych (zob. Pisarek 2007).

7.1.4.2. Respondenci

Postuluje się, by grupa respondentów była homogenna, rozumiejąca dyskurs przedstawianych tekstów (z wyżej opisanym wyjątkiem badań, gdzie właśnie ma znaczenie brak rozumienia dyskursu) i na tyle elokwentna, by jak najtrafniej językowo wyrazić przypisywane autorowi wypowiedzi cechy wizerunkowe.

Kwestia komunikatywności dyskursu została już wcześniej poruszona, kiedy precyzowano właściwości materiału badawczego i doboru tekstów do badania. Istotne, by dla uczestników badania dyskurs wypowiedzi był zrozumiały. Ważny dla procedury badawczej jest poziom elokwencji uczestników badania. Jak pokazały doświadczenia pierwszych badań prowadzonych w reprezentowanym tu nurcie (pilotaż do badań opisanych w Barańska-Szmitko 2011), jeśli respondent ma problem z przypisaniem epitetu (doborem odpowiedniego słowa bądź słów), to zaczyna streszczać przedstawioną mu wypowiedź, zwykle pokazując, czym autor zwrócił na siebie jego uwagę, ale bez werbalizacji cechy z tego wynikającej. Potrzebni są zatem tacy uczestnicy badania, którzy nie tylko stworzą sobie pewne wyobrażenie o autorze tekstu (zakładamy, że każdy takie wyobrażenie konstruuje po zapoznaniu się z wypowiedzią, nawet jeśli nieświadomie), ale także będą potrafili „odpowiednie dać rzeczy słowy”, tj. umieli poszczególne cechy wizerunkowe zwerbalizować. Taki dobór respondentów pozwoli uniknąć streszczania i też do pewnego stopnia ujednolici odpowiedzi.

W dotychczasowych badaniach zwykle proszono o udział studentów studiów dziennych kierunków humanistycznych właśnie ze względu na ich zakładaną relatywnie większą niż w innych grupach potencjalnych uczestników umiejętność werbalizowania myśli. Należy jednak zaznaczyć, że wśród respondentów dotychczasowych badań znajdowali się tylko reprezentanci dwóch pierwszych roczników, ponieważ uważano, że starsi studenci mogą mieć już zbyt dużą świadomość języka, stylu, dyskursu, gatunku czy środków retorycznych. Byłoby więc to już wypełnienie kwestionariusza bardziej przez w pewnym sensie specjalistę niż przez przeciętnego użytkownika języka, jakim wydaje się student kilka czy kilkanaście miesięcy po maturze.

Bezpośrednio z elokwencją wiąże się postulat homogenności uczestników badania, realizacja którego ma zapewnić porównywanie wyników z kilku grup respondentów. Zwykle potrzeba bowiem zgromadzenia danych od kilku grup i by móc traktować ich kwestionariusze jako tożsame, to powinny je wypełniać osoby pod określonymi (wyżej) względami takie same. Jeśli bowiem te same kwestionariusze wypełnią studenci biologii (co przy specyficznych celach szczegółowych badania może być zasadne) i anglistyki, to bardzo prawdopodobne, że te same cechy wizerunkowe będą werbalizować różnie, a to utrudnia kodowanie cech (patrz: dalej w tym tekście) oraz może generować w nim błędy. Ponieważ więc brak homogenności grupy respondentów może mieć wpływ na wyniki, zasadne wydaje się dbanie o jednorodność uczestników.

Możliwość innego rozwiązania metodologicznego, polegającego na zadbanie o statystyczną reprezentatywność respondentów, będzie uwzględniana w rozwijaniu metody.

7.1.4.3. Warunki badania

Uczestnicy badania, znając kolejne polecenia, mogą próbować od razu czytać tekst z uwzględnieniem zadań przed nimi postawionych, co przeczy naturalnemu i spontanicznemu odbiorowi wypowiedzi i konstrukcji wizerunku. W dotychczasowych badaniach starano się więc, by respondenci nie znali następujących po sobie pytań (każde polecenie na osobnej kartce, kolejne kartki odwrócone do czytelnika stroną bez druku), choć oczywiście zasadny był powrót do wcześniejszych poleceń i ich realizacji.

7.1.5. Kodowanie

Choć analiza dyskursu na materiale empirycznym skupia się głównie na kodowaniu/kategoryzacji wykładników komunikacyjnych poszczególnych cech wizerunkowych, to by można było tego dokonać, najpierw konieczne jest kodowanie samych cech wizerunkowych. Jest ono bardzo ważne, bo od prawidłowego przeprowadzenia tego etapu zależy kategoryzacja wykładników cech. Faktycznie więc dokonuje się dwóch rodzajów kodowania – kodowania cech wizerunkowych i kodowania wykładników komunikacyjnych. Tak uzyskane dane można poddać dalszej analizie.

7.1.5.1. Kodowanie cech wizerunkowych

Przez **kodowanie cech wizerunkowych** należy rozumieć rozpoznanie w różnych realizacjach językowych (wariantach językowych) określonych spójnych semantycznie cech wizerunkowych. Na poziomie kodowania cech wizerunkowych decydujemy więc, czy takie epitety jak „inteligentny”, „bystry”, „myślący” „błyskotliwy”, „mądry” to ta sama cecha wizerunkowa czy kilka różnych. Uznaje się, że taka kategoryzacja jest potrzebna, ponieważ tworzenie cech wizerunkowych tylko na podstawie zgodności leksykalnej (np. jedna cecha wizerunkowa to „inteligentny”, a zupełnie inna to „bystry”) oznaczałoby ich mnożenie i w efekcie przypisanie autorowi tekstu np. 100 cech, z których dużą część można uznać za synonimy, więc wizerunek byłby bardzo rozmyty, a jego analiza utrudniona.

Jak jednak dokonać takiej kategoryzacji różnych słów, epitetów czy określeń w spójne kategorie (cechy wizerunkowe), skoro z jednej strony chcemy dla przejrzystości ujednolicić wyniki, a z drugiej strony nie skupiamy się na poprawności słownikowej przypisanych przymiotów, ale na efekcie komunikacyjnym i uznajemy, że jeśli respondent użył danego, konkretnego określenia, to właśnie taką cechę

chciał przypisać? Po pierwsze uznano, że język ma jednak często wiele określeń na pojedyncze zjawisko i choć na przykład jeden z respondentów może przypisać „poczucie humoru” autorowi tekstu, drugi „dowcip”, a trzeci bycie „zabawnym”, to uznać należy, że chodzi o mniej więcej tę samą cechę wizerunkową (jeśli cytaty pokazują, że wykładniki komunikacyjne są zbieżne lub podobne), co powinno mieć odzwierciedlenie w kodowaniu cech wizerunkowych. Zwłaszcza że uczestnicy badania nie mają limitowanego czasu na realizację zadania, ale wypełnianie kwestionariusza odbywa się zwykle w ciągu 15–25 minut, zatem respondenci nie mają czasu na bardzo precyzyjny dobór słów, co też należy uwzględnić w kodowaniu. Po drugie, choć nie ma „złotego środka”, da się wyodrębnić dwa generalne kryteria w kodowaniu epitetów do cech wizerunkowych. Wśród nich wymienić należy: kryterium synonimu oraz kryterium powtarzalności wykładników z zachowaniem spójności semantycznej. **Kryteria te należy stosować łącznie**, a samodzielnie tylko, jeśli to konieczne. Wsparciem dla takiego kodowania zawsze musi być wgląd w cytaty przypisany do danego epitetu, który może pomóc zrozumieć istotę danego określenia.

Kryterium synonimu oznacza, że leksemy synonimiczne uznajemy za jedną cechę wizerunkową (np. wyżej wspomniane słowa skategoryzowano jako cechę wizerunkową „inteligentny” lub „zabawny”). Wyjątek stanowią sytuacje, gdy wgląd w cytaty pokazuje, że synonimiczność jest pozorna (np. „otwarty” i „ciekawski świata”). Stosowanie **kryterium powtarzalności wykładników z jednoczesną spójnością semantyczną** oznacza, że zwłaszcza w cechach trudnych do zwerbalizowania i przez to wyrażanych przez respondentów za pomocą różnych słów (np. „odważny”, „bezpośredni”, „pewny siebie”, „kontrowersyjny”, „mający swoje zdanie”), uwzględniając przypisane do tych epitetów cytaty, należy zwrócić uwagę na sposoby komunikowania tych przymiotów i jeśli są podobne, a przy tym najwyraźniej komunikują tę samą cechę, to znaczy, że należy takie określenia skategoryzować w jednej cesze wizerunkowej (w tym przykładzie np. „dosadnie wyrażający swoje odważne sądy”).

Jak widać, mimo pewnych kryteriów kodowania epitetów do cech wizerunkowych, proces ten nie przyjmuje żadnych założeń przed wglądem w materiał. Ponieważ proponowana tu metoda ma eksploracyjny charakter, nie tworzy się kategorii na podstawie literatury przedmiotu czy wcześniejszych badań (choć to może stanowić punkt wyjścia do projektowania badania lub wspierać interpretację; o kodowaniu na podstawie teorii zob. Gibbs 2011: 90; Silverman 2009: 435). Jak już wspomniano, uznano za bezzasadne posłużenie się kodowaniem czysto opisowym (zob. Gibbs 2011: 85–86), w którym każdy leksem oznaczałby inną cechę wizerunkową. Zaproponowany tu model kodowania wpisuje się w definicję tzw. **kodowania otwartego**, czyli klasyfikowania i nazywania pojęć „na podstawie bezpośredniego wglądu w dane oraz ich dokładnej analizy” (Babbie 2004: 626–627; zob. też: Gibbs 2011: 91). Tym samym zarysowane wyżej kryteria przyporządkowywania poszczególnych epitetów do spójnych semantycznie cech wizerunkowych są

analitycznymi regułami kodowania, które zawsze należy elastycznie stosować w ramach głębokiej i rozważnej analizy relacji między przypisanym określeniem, cytatem, w którym się aktualizuje, i znaczeniem cechy wizerunkowej.

7.1.5.2. Kodowanie wykładników komunikacyjnych

Kodowanie otwarte to także cecha **kodowania wykładników komunikacyjnych poszczególnych cech wizerunkowych**, gdy te cechy zostały wyodrębnione we wcześniejszym kodowaniu cech. Podczas wyodrębniania poszczególnych sposobów komunikowania danej cechy należy uwzględnić relację cytatu do funkcjonalnie ujmowanej cechy wizerunkowej, skoncentrować się na wykładnikach powtarzających się w korpusie cytatów i na dominujących w danym cytacie mechanizmie.

Dyskursywna analiza wizerunku skupia się na funkcji wizerunkowej dyskursu aktualizowanego w określonych realizacjach tekstowych. Nie uwzględnia się zatem wszystkich elementów dyskursu, ale jedynie te jego cechy, które pełnią **funkcję komunikowania wizerunku** osoby wypowiadającej się w danym tekście. We wskazanych przez respondentów cytatach w powiązaniu z reprezentowaną cechą zwraca się więc uwagę, jaka cecha dyskursu mogła zadecydować o komunikowaniu tej cechy wizerunkowej, a pomija się inne kwestie możliwe do analizy i interpretacji.

Wgląd w materiał odbywa się bez wcześniejszych założeń i bez wskazywania określonych rozwiązań dyskursowych, których należałoby szukać, dlatego w kodowaniu wykładników bierze się pod uwagę **to, co jest powtarzalne** w korpusie cytatów dla danej cechy wizerunkowej, co pojawia się wielokrotnie i w powiązaniu z cechą wizerunkową najwyraźniej pełni funkcję jej wykładnika. Mogą to być bardzo różne elementy dyskursu, od stosowania swoistej leksyki (np. wyszukane słownictwo może komunikować cechę „znawca tematu” – Barańska-Szmitko 2018b: 202, 204¹⁰), używania określonych rozwiązań gramatycznych (np. posługiwanie się pierwszą os. l. poj. wraz z wyrażeniem oceny to wykładnik bycia „krytycznym”), poprzez stosowanie wybranych tropów (np. metafora może służyć wyrażaniu cechy „ironiczny”), działania na stylu (np. mieszanie stylów powoduje przypisywanie m.in. cechy „zabawny”) aż po zabiegi wymykające się wszystkim powyższym kategoriom (np. wyrażanie generalizujących sądów świadczy o tym, że wypowiadający się jest „inteligentny”, formułowanie postulatów oznacza „zaangażowanie”, akceptacja niedoskonałości jest cechą „realisty” itd.). Ze względu na tę różnorodność tylko szukanie powtarzających się mechanizmów z uwzględnieniem przypisanej przez czytelnika funkcji wizerunkowej i koniecznie bez

¹⁰ Ten i kolejne przykłady w tym akapicie zaczerpnięto z tego samego źródła: Barańska-Szmitko 2018, gdzie każdej z wymienionych cech poświęcony jest osobny rozdział i gdzie zidentyfikowano wykładniki dla cech wizerunkowych czterech felietonistów.

wcześniejszych założeń może pozwolić zidentyfikować wykładniki komunikacyjne danej cechy wizerunkowej.

Należy jeszcze zaznaczyć, że w danym cytacie może znaleźć się wiele zabiegów, wiele sposobów wyrażania danej cechy wizerunkowej (respondenci cytują czasami pojedyncze słowa, ale bywa, że przytaczają całe akapity). Wówczas w celu uspoźnienia analizy należy skupić się na tym, co najistotniejsze, i tym samym w celu uniknięcia zbędnego mnożenia danych i rozmycia wyników postuluje się wyodrębnienie **dominującego** w danym fragmencie sposobu komunikowania danej cechy wizerunkowej (np. gdy w przytoczonych przez czytelnika słowach znajduje się zarówno sąd generalizujący, jak i metafora, to należy ocenić, który z tych zabiegów dominuje i jest bardziej istotny dla komunikowania analizowanej cechy).

W kodowaniu otwartym wykładników komunikacyjnych najważniejsza więc jest relacja między cytatem a cechą wizerunkową. Uwzględnia się wyłącznie te cechy dyskursu, które są podporządkowane funkcji komunikowania analizowanych cech wizerunkowych, zwraca się uwagę na powtarzające się w korpusie cytatów sposoby komunikowania cechy oraz na wykładnik dominujący w obrębie pojedynczego przytoczonego przez respondenta fragmentu.

7.1.5.3. Analiza w obrębie wykładników

Tak wyodrębnione wykładniki komunikacyjne można poddać dalszej analizie. Postuluje się uwzględnienie wartości liczbowych, ponieważ proporcje bywają cennymi informacjami analitycznymi. Porównywanie wykładników między cechami, zwłaszcza tych samych wykładników komunikujących różne cechy, umożliwia wskazanie możliwości wizerunkowych tych samych wykładników i (niekiedy) warunków, pozwalających określić, kiedy dany wykładnik wyraża jedną cechę, a kiedy inną¹¹. Także zestawienie zbiorów wykładników dla danych cech (niektóre cechy wrażane są małą liczbą wykładników, inne mają wiele środków) pozwala określić różne mechanizmy komunikacyjne. Interesująca może być liczba wariantów leksykalnych danej cechy wizerunkowej. W zależności od szczegółowych celów badania warto zbadać np. zależność między tematem wypowiedzi a wykładnikami¹². Cenne są też porównania cech antonimicznych bądź

¹¹ Np. „oczytanie” i bycie „znawcą tematu” to cechy komunikowane m.in. za pomocą podawania nazw tekstów kultury, ale za osobę „oczytaną” respondenci uznawali tylko tego autora tekstu, który przywoływał tytuły książek, a „znawcą tematu” nazywali tego, który wspominał tytuły książek oraz innych tekstów kultury (film, serial, wystawa, program telewizyjny, spektakl teatralny) (zob. Barańska-Szmitko 2018b: 196–206, 210–219).

¹² Wykazano, że felietoniści zajmujący się kulturą częściej uznawani są za „znawców tematu” niż dziennikarze piszący o problemach społeczno-politycznych, ponieważ częściej posługują się wykładnikiem „znawcy tematu” w postaci wymieniania tytułów dzieł kultury i innych nazw własnych, zatem nie tyle temat, co wykładnik generowany przez temat decyduje o przypisaniu tej cechy wizerunkowej (zob. Barańska-Szmitko 2018b: 355).

odwrotnie: zbliżonych semantycznie¹³. Zestawienie cech konkretnego dyskursu z wykładnikami i cechami osoby (a najlepiej osób) ten dyskurs reprezentującej pozwala ustalić pewne zależności między dyskursem a wizerunkiem.

Szukanie relacji, powiązań, zależności bądź wykluczeń między cechami i wykładnikami może przynieść cenne poznawczo oraz praktycznie obserwacje i wnioski.

7.1.6. Warianty metody

Wersja podstawowa dyskursywnej analizy wizerunku na materiale empirycznym została zarysowana powyżej i polega na ustaleniu cech wizerunkowych, a następnie określeniu wykładników komunikacyjnych i wzajemnych zależności. Po tym, jak respondenci przypisują cechy autorowi tekstu, następuje wynotowanie fragmentów, w których dane cechy się realizują. Można tę wersję badania uczynić podstawą do drugiej – nazwijmy to – tury, w ten sposób, że po określeniu cech wizerunkowych wybieramy te z nich, które nas szczególnie interesują, a kolejną turę badania przeprowadzamy na innej grupie respondentów, podając im tekst do przeczytania i prosząc o wynotowanie fragmentów, w których ich zdaniem autor reprezentuje wybraną przez nas cechę. Oprócz badania wybranych cech wizerunkowych być może interesujące rezultaty dałoby skupienie się na wyselekcjonowanych wykładnikach i wówczas w procedurze badawczej respondenci otrzymaliby tekst z zaznaczonymi fragmentami, a zadanie polegałoby na określeniu, jaką osobą jawi się w tych wybranych fragmentach autor wypowiedzi. Ciekawe byłoby napisanie tekstu zgodnie z wynikami uzyskanymi w badaniach i podanie respondentom w celu weryfikacji ustaleń.

Jeszcze inna możliwość to wykorzystanie analogicznych rozwiązań procedury badawczej do badań wizerunku multimodalnego, kiedy uwzględniamy zarówno aspekt językowy, jak i audialny oraz wizualny wizerunku. Interesujące mogłyby być zwłaszcza porównania wizerunku multimodalnego z tym komunikowanym wyłącznie za pomocą słowa.

7.1.7. Ograniczenia metody dyskursywnej analizy wizerunku na materiale empirycznym

Możliwości metody dyskursywnej analizy wizerunku na materiale empirycznym zostały dość szeroko wyżej opisane, zwłaszcza gdy omawiano cele czy analizę w obrębie wykładników (określenie wykładników komunikacyjnych dla

¹³ Np. w jednym z badań przypisywano cechę „wierzący” Szymonowi Hołowni i cechę „antyklerykał” Magdalenie Środzie, mimo że każdy z tych autorów w swoich tekstach krytykował Kościół. Dziennikarz jednak stosował inne kryteria osądu (oceniał z punktu widzenia chrześcijanina, który głos autorytetu kościelnego potrafi traktować na równi z głosem świeckim) niż etyczka (oceniała z punktu widzenia wartości liberalnych), stąd finalnie inne cechy wizerunkowe im przypisywane.

poszczególnych cech wizerunkowych, wyłonienie przypisywanych cech wizerunkowych konstruowanych na podstawie wypowiedzi przez odbiorców, zbadanie relacji między cechami wizerunkowymi i ich wykładnikami a rodzajem dyskursu danej wypowiedzi, określenie możliwości poszczególnych wykładników w zakresie komunikowania różnych cech wizerunkowych, wskazanie warunków, w jakich konkretne wykładniki służą komunikacji określonych cech wizerunkowych, zidentyfikowanie zależności między wykładnikiem cechy wizerunkowej a tematem wypowiedzi), dlatego niżej uwaga zostanie zwrócona wyłącznie na ograniczenia.

Po pierwsze dobór respondentów nie pozwala na zbyt duże możliwości, jeśli utrzymać warunek swobodnego operowania językiem i relatywnie dużego słownika u uczestników badania. W tym względzie problematyczny okazuje się dobór respondentów do tematów badawczych związanych z dyskursami specjalistycznymi, do których należałoby zaprosić użytkowników tych dyskursów, ale jednocześnie zadbać o taki ich dobór, by potrafili „odpowiednie dać rzeczy słowo”. Drugie rozwiązanie to modyfikacja zasad kodowania, ale to może grozić zbyt daleko idącymi zmianami, prowadzącymi w istocie do naruszeń podstawowych założeń metody. Być może dobrze byłoby przeprowadzić powtórne badania z udziałem różnych respondentów i tym samym zweryfikować głębiej i szerzej założenie dotyczące elokwencji uczestników. Większe możliwości dywersyfikacji respondentów daje wariant badania, w którym do wskazanych w kwestionariuszu cech wizerunkowych uczestnicy tylko wypisują z tekstu fragmenty, w których podane cechy się aktualizują.

Po drugie problematyczne może być badanie niektórych dyskursów, np. dyskursu naukowego czy artystycznego. W takich przypadkach utrudniony jest dobór zarówno tekstów, jak i respondentów. Możliwe, że czas i poziom skupienia wymagany od uczestników przy takich badaniach skazuje je na niepowodzenie.

Po trzecie podstawowa wersja metody daje wyobrażenie o wizerunku; ale nawet w sytuacji badania wyłącznie jednego autora i pozyskaniu wielu respondentów, wystarczająco obszerny korpus cytatów dotyczących danych cech wizerunkowych będzie odnosił się tylko do tych najczęściej wskazywanych, a cechy rzadziej przypisywane będą miały niewielki zbiór fragmentów, w których się aktualizują, co utrudnia lub wręcz uniemożliwia analizę, jeśli chcemy zapewnić jej rzetelność. Pewnym rozwiązaniem jest postawienie przed czytelnikami zadania wynotowania cytatów do wskazanych przez badacza cech wizerunkowych, ale z tym wiąże się kolejne ograniczenie.

Mianowicie chociaż kodowanie cech wizerunkowych ma być prowadzone z głęboką uwagą i starannością, to przy tych cechach wizerunkowych, które wykazują się dużą wariantywnością leksykalną (np. autora „dosadnie wyrażającego swoje odważne sądy” respondenci nazywali również osobą „odważną”, „bezpośrednią”, „pewną siebie”, „kontrowersyjną”, „mającą swoje zdanie” – zob. Barańska-Szmitko 2018), wybór któregoś z wariantów lub posłużenie się określeniem nadanym przez badacza (w tym przypadku „dosadnie wyrażający swoje odważne sądy”) oznacza

jednak pewne sprofilowanie semantyczne cechy i może mieć wpływ na odpowiedzi uczestników badania. W tym jego wariancie dobrze mogą funkcjonować tylko te cechy wizerunkowe, które mają niewiele wariantów leksykalnych.

Jak zatem widać, dla analizy wizerunku na materiale empirycznym ograniczeniem może stać się dobór respondentów o słowniku pozwalającym na relatywnie swobodne wyrażanie myśli, procedura badawcza wymagająca skupienia i tym samym utrudniająca badanie bardziej wymagających dyskursów, konieczność uczestnictwa wielu respondentów w celu uzyskania miarodajnego materiału czy problematyczny status cech wizerunkowych o dużej wariantywności leksykalnej. Niemniej jednak możliwości w badaniu wizerunku, ekspresji językowej, relacji między wizerunkiem a dyskursem, duży potencjał do modyfikowania metody pozwalają na jej udane stosowanie i rozwijanie.

Literatura

- Adamczyk Karolina (2016), *Opinie o prezydencie Rafale Dutkiewiczu wśród wrocławian i internautów w kwietniu 2015 r.*, [w:] *Badanie i projektowanie komunikacji 5*, red. A. Siemes, M. Grech, M. Wszolek, Libron, Wrocław, s. 119–145.
- Altkorn Jerzy (2004), *Wizerunek firmy*, Wyższa Szkoła Biznesu w Dąbrowie Górniczej, Dąbrowa Górnicza.
- Analiza dyskursu publicznego. Przegląd metod i perspektyw badawczych* (2017), red. M. Czyżewski, M. Otrocki, T. Piekot, J. Stachowiak, Wydawnictwo Akademickie Sedno, Warszawa.
- Awdiejew Aleksy (2011), *Ogólna teoria komunikacji a analiza dyskursu*, „Communication Design Magazine”, Vol. 02 – 2/2011, http://www.cd-magazine.uni.wroc.pl/artikul/teoria_komunikacji_analiza_dyskursu/ [dostęp: 30.09.2015].
- Awdiejew Aleksy, Habrajska Grażyna (2010), *Komponowanie sensu w procesie odbioru komunikatów*, Primum Verbum, Łódź.
- Awdiejew Aleksy, Habrajska Grażyna (2011), *Obrazy ideacyjne w interpretacji tekstu*, [w:] *Rozmowy o komunikacji 5. Kategoriałne aspekty komunikacji*, red. G. Habrajska, Oficyna Wydawnicza Leksem, Łódź, s. 57–66.
- Babbie Earl (2004), *Badania społeczne w praktyce*, przeł. W. Betkiewicz, M. Bucholc, P. Gadomski i in., Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Balcerzak Aleksandra, Gackowski Tomasz (2009), *Analiza zawartości*, [w:] *Metody badania wizerunku w mediach. Czym jest wizerunek? Jak i po co należy go badać*, red. T. Gackowski, M. Łączyński, CeDeWu, Warszawa, s. 17–32.
- Barańska-Szmitko Anna (2011), *Wpływ znajomości tożsamości autora na konstrukcję jego wizerunku. Badanie wizerunku Aloszy Awdiejewa jako autora felietonów „Szkice z filozofii potocznej”*, [w:] *Poznawać. Tworzyć. Komunikować. Komunikatywizm w Polsce. Wybrane zagadnienia z teorii i praktyki*, red. G. Habrajska, Primum Verbum, Łódź, s. 174–185.
- Barańska-Szmitko Anna (2014), *Komunikowanie (nie)obiektywności na poziomie werbalnym*, [w:] *Teorie komunikacji i mediów*, t. 7: *Od teorii do empirii*, red. K. Stasiuk-Krajewska, M. Graszewicz, Atut, Wrocław, s. 197–213.

- Barańska-Szmitko Anna (2016a), *Wpływ użytej w wypowiedzi leksyki potocznej na wizerunek felietonisty*, „Acta Universitatis Lodziensis. Folia Litteraria Polonica”, nr 2 (32), s. 107–117.
- Barańska-Szmitko Anna (2016b), *The capacities and limitations of the newspaper column as a tool for creating the image of its author*, „Acta Universitatis Lodziensis. Folia Litteraria Polonica”, nr 5 (35), s. 115–129.
- Barańska-Szmitko Anna (2017a), *Proste treści w komunikacji ze współczesnym interpretatorem – nawiązania do tekstów kultury oraz ich efekt dla wizerunku autora wypowiedzi*, „Media i Społeczeństwo”, nr 7, s. 99–109.
- Barańska-Szmitko Anna (2017b), *Metaphor and its communication capabilities in terms of image creation*, „Studia Philologica Universitatis Velikotarnovenssis”, nr 2 (36), s. 73–81.
- Barańska-Szmitko Anna (2017c), *Różnorodność stylistyczna i jej możliwości komunikacyjne w wypowiedzi felietonowej*, [w:] *Język a komunikacja*, t. 39: *Style komunikacyjne*, red. A. Knapik, A. Misior-Mroczkowska, P. Chruszczewski, W. Chłopicki, Tertium, Kraków, s. 85–96.
- Barańska-Szmitko Anna (2018a), *Wpływ słowa i obrazu na wizerunek osoby publicznej*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź.
- Barańska-Szmitko Anna (2018b), *Wizerunek felietonisty i sposoby jego werbalnego komunikowania*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź.
- Borkowski Igor (2011), *Rzecznictwo prasowe a kształtowanie wizerunku polskich zgromadzeń zakonnych. Teoria – praktyka – case study*, [w:] *Kształtowanie wizerunku jako narzędzie Public Relations*, red. I. Borkowski, K. Stasiuk-Krajewska, Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław, s. 57–80.
- Borzdyska Monika (2020), *Jak zarządzać kryzysem, by obrócić go w wizerunkowy sukces na przykładzie marki KROSS*, „Studia Mediozanwce”, t. 21, nr 1 (80), s. 465–474.
- Brodnicka Maja (2019), *Wizerunek prasowy Jarosława Kaczyńskiego w wybranych tygodnikach opinii podczas polskiej kampanii parlamentarnej w 2015 r.*, „Łódzkie Studia Teologiczne”, nr 28, s. 21–43.
- Burska Joanna (2013), *Kognitywny wizerunek „inteligentnego domu”*, [w:] *Komunikacje w rozmowie 2*, red. M. Wszolek, Libron, Wrocław, s. 181–223.
- Chacholek Sebastian (2011), *Efektywność a efektywność wizerunku jednostek samorządu terytorialnego*, [w:] *Public Relations – doświadczenia, badania, wątpliwości*, red. K. Stasiuk-Krajewska, D. Tworzydło, Z. Chmielewski, Newline, Rzeszów, s. 125–144.
- Chycki Jakub (2013), *Konstruktywny wizerunek buddyzmu*, „Communication Design Magazine”, Vol. 5–6, http://www.cd-magazine.uni.wroc.pl/arttykul/konstruktywny_wizerunek_buddyzmu/ [dostęp: 15.04.2020].
- Dąbrowska-Cendrowska Olga (2011), *Krystyna Kofta jako reprezentantka felietonistów „Twojego Stylu” w latach 1990–2009*, [w:] *Mistrzowie literatury czy dziennikarstwa?*, red. K. Wolny-Zmorzyński, W. Furman, J. Snopek, Poltext, Warszawa, s. 61–73.
- Dembowska-Wosik Iwona (2014), *Pojęcie wizerunku i jego związki z glottodydaktyką. Na przykładzie wizerunku Łodzi w chicagowskim „Dzienniku Związkowym”*, „Acta Universitatis Lodziensis. Kształcenie Polonistyczne Cudzoziemców”, nr 21, s. 289–298.
- Dembowska-Wosik Iwona (2017), *Wizerunek Polski i Polaków w chicagowskim „Dzienniku Związkowym”*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź.

- Droziński Tomasz (2020), *Wprowadzenie do badań nad dyskursem strategicznym. Rozważania wstępne*, „Przegląd Rusycystyczny”, nr 1 (169), s. 14–22.
- Duszak Anna (1998), *Tekst, dyskurs, komunikacja międzykulturowa*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Duszak Anna, Fairclough Norman (2008), *Krytyczna analiza dyskursu – nowy obszar badawczy dla lingwistyki i nauk społecznych*, Universitas, Kraków.
- Dyskurs artystyczny* (2018), red. G. Habrajska, Primum Verbum, Łódź.
- Dyskurs i jego odmiany* (2016), red. B. Witosz, K. Sujkowska-Sobisz, E. Ficek, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice.
- Fleischer Michael (2007), *Ogólna teoria komunikacji*, Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław.
- Fleischer Michael (2008), *Konstrukcja rzeczywistości 2*, Oficyna Wydawnicza Atut, Wrocław.
- Fleischer Michael (2010), *Communication design, czyli projektowanie komunikacji (lub odwrotnie)*, Primum Verbum, Łódź.
- Fleischer Michael (2012), *Typologia komunikacji*, Primum Verbum, Łódź.
- Fleischer Michael (2017), *Wpływ wieku na wizerunek osoby i jej postrzeganie*, [w:] tegoż, *Konstrukcja rzeczywistości 3*, Libron, Kraków, s. 275–314.
- Fleischer Michael (2019), *Wizerunek osoby z Photoshopa i nie tylko*, [w:] *Badanie komunikacji 2*, red. A. Siemes, M. Grech, M. Wszolek, Libron, Wrocław, s. 203–240.
- Gaze Mateusz (2013), *Komizm językowy w felietonach Tomasza Olbratowskiego, czyli o tekstach nie dla wszystkich*, „Acta Universitatis Lodziensis. Kształcenie Polonistyczne Cudzoziemców”, nr 20, s. 239–248.
- Gibbs Graham (2011), *Analizowanie danych jakościowych*, przeł. M. Brzozowska-Brywczyńska, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Gierlo-Klimaszewska Katarzyna, Gajda Joanna (2019), *The image of Prime Ministers Ewa Kopacz, Beata Szydło and Donald Tusk in the Czech Portal iDnes*, „Państwo i Społeczeństwo”, nr 2 (XIX), s. 129–149.
- Gliniecka Martyna (2017), *Wizerunek produktu na podstawie opakowania – badanie pilotażowe wizerunku opakowania perfum Odeur 53 marki Comme des 365*, [w:] *Badanie i projektowanie komunikacji 6. Tom dedykowany*, red. M. Wszolek, A. Siemes, M. Grech, Libron, Wrocław, s. 193–222.
- Grech Michał (2011), *Wyniki badania wizerunku Uniwersytetu Wrocławskiego wśród jego studentów*, Vol. 1, http://www.cd-magazine.uni.wroc.pl/artukul/wyniki_badiania_wizerunku_uniwersytetu_wroclawskiego_wsrod_jego_studentow/ [dostęp: 15.04.2020].
- Grech Michał (2013), *Obraz „uniwersytetu” w opinii mieszkańców Polski*, Libron, Kraków.
- Grech Michał (2014), *Obraz pracowników uniwersytetów w opinii mieszkańców Polski*, [w:] *Badanie i projektowanie komunikacji 3*, red. M. Wszolek, Libron, Wrocław, s. 129–138.
- Grobelna Aneta (2012), *Wpływ obuwia na całociowy wizerunek człowieka. Wyniki badań empirycznych wśród studentów*, [w:] *Badanie wizerunku: ludzie, marki, branże*, red. M. Grech, Primum Verbum, Łódź, s. 79–110.
- Grobelna Aneta (2013), *Wpływ oprawek okularów na całociowy wizerunek człowieka*, „Communication Design Magazine”, Vol. 5–6, http://www.cd-magazine.uni.wroc.pl/artukul/wpływ_oprawek_okularow_na_wizerunek_czlowieka/ [dostęp: 15.04.2020].

- Hajduk Grzegorz (2017), *Specyfika kryzysów wizerunkowych w mediach społecznościowych*, „Studia Medioznawcze”, nr 3 (70), s. 101–113.
- Haławin Arkadiusz (2016), *Wpływ imienia i nazwiska na kognitywny wizerunek tekstu publicystycznego i autora*, [w:] *Teorie komunikacji i mediów*, t. 9: *Konstrukcje komunikacji i mediów*, red. M. Graszewicz, M. Wszolek, Wrocław, s. 201–227.
- Janicka Agnieszka (2012), *Wpływ zmiany opakowania produktu na wizerunek jego marki*, [w:] *Badanie wizerunku: ludzie, marki, branże*, red. M. Grech, Primum Verbum, Łódź, s. 171–206.
- Jeżewska Monika (2013), *Wizerunki wybranych samochodów: Mini Cooper, Fiat 500, Volkswagen Beetle*, „Communication Design Magazine”, Vol. 5–6, http://www.cd-magazine.uni.wroc.pl/artukul/wizerunki_mini_fiat_beetle/ [dostęp: 15.04.2020].
- Kiklewicz Aleksander (2018), *Teoria dyskursu a stylistyka*, „LingVaria”, R. XIII, nr 2 (26), s. 243–257.
- Kiklewicz Aleksander (2019), *Informacja semantyczna w dyskursie wizerunkowym*, [w:] *Porządek słów. Gramatyka. Tekst. Styl. Dyskurs*, red. T. Kananowicz, A. Klimkiewicz, Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk, s. 213–226.
- Kosman Marcin (2019), *Kto jest kim w kondominium? Chwyty perswazyjne i narzędzia retoryczne Grzegorza Brauna*, „Społeczeństwo. Edukacja. Język”, nr 9, s. 47–52.
- Kowal Agnieszka (2011), *Język pop-teologiczny Szymona Hołowni*, [w:] *Język w komunikacji*, t. 1, red. G. Majkowski, Wydawnictwo im. Stanisława Podobińskiego Akademii im. Jana Długosza w Częstochowie, Częstochowa, s. 75–83.
- Kowal Agnieszka (2012), *Czy niebo to wieczny orgazm? Prowokacja jako swoistość języka religijnego Szymona Hołowni*, „Kwartalnik Językoznawczy”, nr 4, s. 18–32.
- Krawczyński Łukasz (2016), *Medialny obraz osób z zaburzeniami psychicznymi na przykładzie wybranych dzienników*, „Studia Medioznawcze”, nr 4 (67), s. 61–73.
- Kudra Andrzej (2011), *Idiolektostylem w mur, czyli o idiolektach, idiolektach i krytycznej analizie dyskursu – na przykładzie felietonów Krzysztofa Skiby w tygodniku „Wprost”*, „Acta Universitatis Lodzensis. Folia Litteraria Polonica”, t. 14 (1), s. 27–34.
- Kulczycki Emanuel (2012), *Źródła transmisyjnego ujęcia procesu komunikacji*, „Studia Humanistyczne AGH”, t. 11 (1), s. 21–36.
- Kurek Olga (2010), *Wizerunek niepublicznych szkół wyższych w Rzeszowie w opinii maturzystów – raport z badań*, [w:] *Public relations w procesie kształtowania relacji z otoczeniem*, red. D. Tworzydło, Z. Chmielewski, Konsorcjum Akademickie, Kraków–Rzeszów–Zamość, s. 121–133.
- Lenartowicz-Skrzypczak Jolanta (2015), *Starość w zwierciadle mediów*, „Zeszyty Prasoznawcze”, t. 58, nr 2 (222), s. 365–386.
- Leszczyńska Anna, Mikołajczyk Kamila, Miszczak Natalia (2011), *Rekonstrukcja wizerunku studentów dziennikarstwa i komunikacji społecznej wśród studentów informatyki*, Vol. 2, http://www.cd-magazine.uni.wroc.pl/artukul/wizerunek_studentow_dziennikarstwa_wsrod_studentow_informatyki/ [dostęp: 15.04.2020].
- Leśniczak Rafał (2018), *Wizerunek Festiwalu „Łódź Czterech Kultur” w łódzkich dziennikach w perspektywie framing analysis*, „Studia Medioznawcze”, nr 4 (75), s. 61–70.
- Leśniczak Rafał (2019), *Wizerunek zgromadzeń zakonnych w prasie polskiej (2013–2016)*, Wydawnictwo Uniwersytetu Kardynała Stefana Wyszyńskiego, Warszawa.

- Lisowska-Magdziarz Małgorzata (2004), *Analiza zawartości mediów: przewodnik dla studentów: wersja 1.1*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków.
- Lisowska-Magdziarz Małgorzata (2007), *Analiza tekstu w dyskursie medialnym*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków.
- Luhmann Niklas (2007), *Systemy społeczne: zarys ogólnej teorii*, tłum. Michał Kaczmarczyk, Nomos, Kraków.
- Lopuch Marta (2012), *Wpływ wybranych marek samochodowych na wizerunek człowieka*, [w:] *Badanie wizerunku: ludzie, marki, branże*, red. M. Grech, Primum Verbum, Łódź, s. 60–78.
- Lysoń Justyna (2012), *Wpływ ceny na wizerunek marki produktów FMCG oraz produktów długotrwałego użytku w momencie ich prezentacji*, [w:] *Badanie wizerunku: ludzie, marki, branże*, red. M. Grech, Primum Verbum, Łódź, s. 207–236.
- Majchrzak Katarzyna, Dąbrowski Tomasz (2016), *Tożsamość i wizerunek wymiaru sprawiedliwości – perspektywa komunikacyjna*, „Handel Wewnętrzny”, nr 2 (361), s. 302–316.
- Mazur Jan (2002), *Metody badania rozumienia przekazów w komunikacji marketingowej*, [w:] *Marketing – metody i techniki badawcze*, Wyższa Szkoła Biznesu w Dąbrowie Górniczej, red. Z. Kędzior, Dąbrowa Górnicza, s. 99–111.
- Mazur Jan, Kozieja Wioletta (2007), *Elementy humoru i karnawalizacji w felietonach mówionych Tomasza Olbratowskiego*, [w:] *Humor i karnawalizacja we współczesnej komunikacji językowej*, red. J. Mazur, M. Rumińska, Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, Lublin, s. 61–67.
- Mazurkiewicz Barbara Maria (2008), *Wizerunek Leonida Kuczmy na łamach tygodnika „Wprost”, w latach 1994–2004*, „Studia Medioznawcze”, nr 3 (34), s. 11–44.
- Metody badania wizerunku w mediach* (2009), red. T. Gackowski, M. Łączyński, CeDeWu, Warszawa.
- Młynarczuk Renata (2010), *Wizerunek miasta – od pomysłu do realizacji*, [w:] *Public relations w procesie kształtowania relacji z otoczeniem*, red. D. Tworzydło, Z. Chmielewski, Wydawnictwo Wyższej Szkoły Informatyki i Zarządzania w Rzeszowie, Kraków–Rzeszów–Zamość, s. 467–472.
- Obraz Polski i Polaków w Europie* (2003), red. L. Kolarska-Bobińska, Instytut Spraw Publicznych, Warszawa.
- Olender Kamil (2017), *Obraz uchodźców w dyskursie wybranych polskich partii politycznych*, [w:] *Badanie i projektowanie komunikacji 6. Tom dedykowany*, red. M. Wszolek, A. Siemes, M. Grech, Libron, Wrocław, s. 265–277.
- Olender Kamil (2018), *Obraz Polski w dyskursie partii KORWiN w okresie okołowyborczym w social mediach*, [w:] *Badanie komunikacji 1*, red. M. Wszolek, M. Grech, A. Siemes, Libron, Wrocław, s. 177–189.
- Olkowska Monika (2013), *Frazeologiczne innowacje wymieniające w felietonistyce Agaty Passent*, „Kwartalnik Językoznawczy”, nr 1, s. 49–65.
- Paroń Katarzyna (2011), *Rzeczywistość to metafora – próba kognitywnej analizy metafor w felietonach Jerzego Urbana*, „Acta Universitatis Lodzensis. Folia Litteraria Polonica”, t. 14 (1), s. 43–53.
- Pawelec Przemysław (2019), *Krytyka autorytetów medialnych w mediach społecznościowych. Studium przypadku*, „Studia Medioznawcze”, t. 20 (3), s. 225–236.

- Pawelec Radosław (1990), *Sposoby oceniania w pismach publicystycznych Norwida oraz w publicystyce „Czasu” i „Wiadomości Polskich”*, [w:] *Język Cypriana Norwida. Materiały zorganizowane przez Pracownię Słownika Języka Norwida w dniach 4–6 listopada 1985 roku*, red. K. Kopczyński, J. Puzynina, Wydawnictwa Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa, s. 71–86.
- Piasny Katarzyna (2013), *Wizerunek marek herbat. Profile osobowe marek herbat*, „Communication Design Magazine”, Vol. 5–6, http://www.cd-magazine.uni.wroc.pl/artikul/profile_osobowe_marek_herbat [dostęp: 15.04.2020].
- Pielużek Marcin (2018), *Wizerunek imigrantów w komunikacji brytyjskiej skrajnej prawicy na przykładzie publikacji Britain First i Brytyjskiej Partii Narodowej*, [w:] *Badanie komunikacji 1*, red. M. Wszolek, M. Grech, A. Siemes, Libron, Wrocław, s. 95–120.
- Pietrzak Alicja (2012), *Wizerunek studiów prawniczych na Uniwersytecie Opolskim. Wyniki badań wśród władz wydziału, pracowników naukowych oraz studentów*, [w:] *Badanie wizerunku: ludzie, marki, branże*, red. M. Grech, Primum Verbum, Łódź, s. 259–286.
- Pietrzak Magdalena (2013), *Obraz nadawcy w recenzjach Henryka Sienkiewicza*, „Folia Linguistica”, t. 47, s. 46–58.
- Pisarek Walery (2007), *Jak zmierzyć zrozumiałość tekstu*, [w:] tegoż, *O mediach i języku*, Universitas, Kraków, s. 245–262.
- Pugacewicz Iwona (2018), *Zwierciadło niedoskonałe. O wizerunku polskiej diaspory z Nord-Pas-de-Calais na łamach „Echo de la Polonia” 1998–2018*, „Studia Medioznawcze”, t. 19 (4), s. 47–59.
- Rabenda-Derman Małgorzata (2017), *Kolor, marka, kultura. Tworzenie wizerunku instytucji na podstawie palety kolorów – badanie empiryczne*, [w:] *Badanie i projektowanie komunikacji 6. Tom dedykowany*, red. M. Wszolek, A. Siemes, M. Grech, Libron, Wrocław, s. 193–222.
- Rosińska Klaudia (2019), *Wizerunek Donalda Trumpa na polskojęzycznych profilach Twittera w dniu zwycięstwa w wyborach prezydenckich w USA*, „Studia Medioznawcze”, nr 1 (76), s. 68–82.
- Sarna Paweł (2019), *W trosce o nieprzedstawienie – wizerunek Józefa Stalina na łamach czasopism społeczno-kulturalnych okresu stalinizmu w Polsce*, „Res Rethorica”, nr 6 (2), s. 32–47.
- Secler Bartłomiej (2013), *Ksiądz Józef Tischner jako osobowość medialna*, „Studia Medioznawcze”, nr 4 (55), s. 113–130.
- Sierakowska Justyna (2012), *Porównanie wizerunków facebook i nasza klasa wśród ich użytkowników*, [w:] *Badanie wizerunku: ludzie, marki, branże*, red. M. Grech, Primum Verbum, Łódź, s. 237–258.
- Silverman David (2009), *Prowadzenie badań jakościowych*, przeł. J. Ostrowska, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Skawińska Mirosława (2007), *Zmiana wizerunku służby zdrowia w Polsce – konieczność i potrzeba społeczna*, [w:] *Public Relations – narzędzia przyszłości*, red. T. Soliński, D. Tworzydło, Wydawnictwo Wyższej Szkoły Informatyki i Zarządzania w Rzeszowie, Rzeszów, s. 271–281.
- Sławkowa Ewa (2000), *Style współczesnego felietonu (Z zagadnień stylistyki gatunku)*, [w:] *Gatunki mowy i ich ewolucja, t. I: Mowy piękno wielorakie*, red. D. Ostaszewska, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice, s. 305–315.

- Smoleń-Wawrzusiszyn Magdalena (2018), *Polskie dyskursy marketingu. Perspektywa lingwistyczna*, Wydawnictwo Katolickiego Uniwersytetu Lubelskiego, Lublin.
- Smółka-Dolecka Agnieszka (2012), *Wpływ marki na wizerunek użytkownika na przykładzie portali społecznościowych*, [w:] *Badanie wizerunku: ludzie, marki, branże*, red. M. Grech, Primum Verbum, Łódź, s. 136–167.
- Smyczyńska Aleksandra (2007), *Niedyskretny urok grupy. Grupy studenckie a kształtowanie wizerunku uczelni wyższej na przykładzie Wyższej Szkoły Zarządzania i Bankowości w Krakowie*, [w:] *Public Relations – narzędzia przyszłości*, red. T. Soliński, D. Tworzydło, Wydawnictwo Wyższej Szkoły Informatyki i Zarządzania w Rzeszowie, Rzeszów, s. 283–293.
- Sokół-Klein Anna (2017), *Teksty ezoteryczne w mediach w świetle krytycznej analizy dyskursu*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź.
- Stasiolek Ilona (2012), *Językowy obraz zmagają pisarskich Teodora Parnickiego na podstawie „Dzienników z lat osiemdziesiątych”, „Język w Komunikacji”, nr 2, s. 111–117.*
- Stasiuk-Krajewska Karina (2011), *Budowanie wizerunku wyższych uczelni w kontekście media relations (na przykładzie Wyższej Szkoły Kultury Społecznej i Medialnej w Toruniu)*, [w:] *Public Relations – doświadczenia, badania, wątpliwości*, red. K. Stasiuk-Krajewska, D. Tworzydło, Z. Chmielewski, Newsline, Rzeszów, s. 259–282.
- Style współczesnej polszczyzny. Przewodnik po stylistyce polskiej* (2013), red. E. Malinowska, J. Nocoń, U. Żydek-Bednarczuk, Universitas, Kraków.
- Szafraniec Justyna (2004), *Sytuacja kryzysowa w lokalnym banku – studium przypadku*, [w:] *Public relations – wyzwania współczesności*, red. D. Tworzydło, T. Soliński, Wydawnictwo Wyższej Szkoły Informatyki i Zarządzania w Rzeszowie, Rzeszów, s. 243–250.
- Szafraniec Justyna (2007), *Duży sukces małej Ani, czyli reklamowa kampania wizerunkowa na usługach PR*, [w:] *Public Relations – narzędzia przyszłości*, red. T. Soliński, D. Tworzydło, Wydawnictwo Wyższej Szkoły Informatyki i Zarządzania w Rzeszowie, Rzeszów, s. 295–309.
- Szymańska Agnieszka (2003), *Planowanie strategiczne w kreowaniu wizerunku szkoły wyższej*, [w:] *Public Relations*, red. J. Świda, D. Tworzydło, Wydawnictwo Wyższej Szkoły Informatyki i Zarządzania w Rzeszowie, Rzeszów, s. 379–396.
- Szymański Adam (2013), *Wizerunek Steve’a Jobsa*, „Communication Design Magazine”, Vol. 5–6, http://www.cd-magazine.uni.wroc.pl/artukul/wizerunek_steve_jobs/ [dostęp: 15.04.2020].
- Trzciałkowska Magdalena (2016), *Społeczne konstruowanie wizerunku wegetarianizmu na podstawie triangulacji metodologicznej*, [w:] *Teorie komunikacji i mediów*, t. 9: *Konstrukcje komunikacji i mediów*, red. M. Graszewicz, M. Wszolek, Libron, Kraków, s. 243–277.
- Turek Piotr (2013), *Wizerunek Państwowego Muzeum Auschwitz-Birkenau wśród Polaków, którzy rozpoczęli naukę szkolną po 1989 roku*, „Communication Design Magazine”, Vol. 5–6, http://www.cd-magazine.uni.wroc.pl/artukul/wizerunek_muzeum_auschwitz_birkenau_wsrod_polakow/ [dostęp: 15.04.2020].
- Tworzydło Dariusz (2019a), *Zarządzanie w kryzysie wizerunkowym. Metody, procedury, reagowanie*, Difin, Warszawa.
- Tworzydło Dariusz (2019b), *Skuteczne zarządzanie w kryzysie wizerunkowym na przykładzie marki Tiger*, „Studia Medioznawcze”, t. 19, nr 1 (76), s. 1–14.

- Vashkecich Inna (2018), *The image of a Soviet woman-politician in the Belarusian magazine „Rabotnitsa i syalyanka” (1946–1991)*, „Czasopismo Naukowe Instytutu Studiów Kobiety”, nr 2 (5), s. 99–111.
- Waszkiewicz Alicja (2010), *Diagnoza wizerunku uczelni wyższej w Polsce a wizerunkowe Public Relations instytucji pożytku publicznego*, [w:] *PR w RP, czyli dwadzieścia lat polskiej branży Public Relations*, red. T. Gackowski, A. Gackowska, J. Dziedzic, Koło Naukowe Obserwacji Polskich Mediów im. Stefana Kisielewskiego, Warszawa, s. 133–144.
- Waszkiewicz Alicja (2011), *Wielowymiarowy wizerunek uczelni wyższej w Polsce – refleksje badawcze*, [w:] *Public Relations – doświadczenia, badania, wątpliwości*, red. K. Stasiuk-Krajewska, D. Tworzydło, Z. Chmielewski, Newline, Rzeszów, s. 239–257.
- Węgrowa Katarzyna (2010), *Językowy wizerunek międzywojennego świata wileńskiej kultury utrwalaony w „Almanachu Literackim” z 1926 roku*, „Annales Universitatis Paedagogicae Cracoviensis. Studia Linguistica”, V, s. 261–276.
- Wojcik Krystyna (2009), *Public Relations. Wiarygodny dialog z otoczeniem. Podręcznik dla teoretyków. Poradnik dla praktyków*, Placet, Warszawa.
- Wojtak Maria (2002), *O doskonałości wypowiedzi publicystycznej na przykładzie felietonów J. Szczepkowskiej*, [w:] *O doskonałości*, cz. 1, red. A. Maliszewska, Archidiecezjalne Wydawnictwo Łódzkie, Łódź, s. 377–392.
- Wojtak Maria (2004), *Felieton – informacja zakamuflowana*, [w:] *też: Gatunki prasowe*, Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, Lublin, s. 202–237.
- Wszolek Mariusz (2013), *Kognitywny wizerunek wrocławskiej Galerii Wnętrz*, „Communication Design Magazine”, Vol. 5–6, http://www.cd-magazine.uni.wroc.pl/artykul/kognitywny_wizerunek_galerii_wnetrz/ [dostęp: 15.04.2020].
- Wszolek Mariusz, Moszczyński Krzysztof, Mackiewicz Paweł (2017), *Wpływ barwy i etykiety opakowań na postrzeganie produktu – wyniki badań empirycznych*, [w:] *Badanie i projektowanie komunikacji 6. Tom dedykowany*, red. M. Wszolek, A. Siemes, M. Grech, Libron, Wrocław, s. 77–122.
- Zemanek Emilia (2017), *Badanie wizerunku uczelni w zakresie tzw. komunikacji wizualnej (case study)*, [w:] *Badanie i projektowanie komunikacji 6. Tom dedykowany*, red. M. Wszolek, A. Siemes, M. Grech, Libron, Wrocław, s. 355–394.

7.2. Wizerunek Wojciecha Drewniaka w jego książkach *Historia Bez Cenzury*. Dyskursywna analiza cech wizerunkowych „pasjonat” oraz „ma dużą wiedzę historyczną”

– Anna Barańska-Szmitko

<https://doi.org/10.18778/8220-429-2.15>

7.2.1. Wprowadzenie

Celem niniejszego tekstu jest określenie wizerunku Wojciecha Drewniaka, komunikowanego w jego tekstach z cyklu książek *Historia Bez Cenzury* oraz przede wszystkim ukazanie sposobów komunikowania w tych wypowiedziach cech wizerunkowych „pasjonat” oraz „ma dużą wiedzę”. Opis badania, analizy i wyników poprowadzony jest w taki sposób, by zobrazować scharakteryzowaną w poprzednim rozdziale metodę zastosowanej dyskursywnej analizy wizerunku na materiale empirycznym, dzięki której wymienione wyżej cele badawcze możliwe są do osiągnięcia w badaniu intersubiektywnym, bez uwzględniania intencji nadawczych, a ze skupieniem na efekcie wizerunkowym i sposobach jego konstruowania. Podkreślić jednak należy, że niniejszy rozdział powstawał w szczycie pandemii koronawirusa SARS-CoV-2, co znacznie utrudniło zebranie danych, a zgromadzenie satysfakcjonującej próby zostało całkowicie uniemożliwione. Dostępne kwestionariusze są ubogie liczbowo i użyto ich w celu zilustrowania omawianej metody, niestety ujęcie ilościowe nie może być traktowane jako miarodajne. Uzyskane dane zaznaczają pewne tendencje (i w taki sposób są opisywane), nie pozwalają jednak wnioskować o zauważonych zjawiskach jako pewnych, zwłaszcza gdy mowa o ich proporcjach.

Wizerunek autora książek popularnonaukowych nie wzbudzał do tej pory zainteresowania badaczy. Jak zaznaczono w poprzednim rozdziale, badania dotyczące image'u osób skupiają się raczej na wizerunku polityków, choć pojawiają się też badania związane z przedstawicielami kultury. Tak na przykład spośród opracowań wizerunków polityków wymienić należy analizę image'ów takich osób jak: Jarosław Kaczyński (Brodnicka 2019), Ewa Kopacz, Beata Szydło, Donald Tusk (Gierło-Klimaszewska, Gajda 2019), Donald Trump (Rosińska 2019), Józef Stalin (Sarna 2019), Rafał Dudkiewicz (Adamczyk 2016), Leonid Kuczma (Mazurkiewicz 2008) czy ogólniejsze ujęcie wizerunku kobiety-polityka (Vashkecich 2018). Są też badania poświęcone w pełni lub częściowo wizerunkowi osób szeroko rozumianej kultury, jak np. reżyserowi i politykowi Grzegorzowi Braunowi (Kosman 2019), Teodorowi Parnickiemu (Stasiołek 2012), ks. Józefowi Tischnerowi (Secler 2013) czy Steve'owi Jobsovi (Szymański 2013).

Trudno też o badania dotyczące Wojciecha Drewniaka jako autora książek. W nielicznych pracach pojawia się jako youtuber – przedstawiciel stylu popular-

nonaukowego (Maciejak 2018) lub jako historyk kształtujący pamięć zbiorową (Wójcik 2019). Analizie poddano też relację między reprezentowanym przez niego dyskursem popularnonaukowym na YouTube a jego wizerunkiem (Barańska-Szmitko 2020b) czy też skupiono się na jego image'u, ale również komunikowanym we wspomnianym medium (Barańska-Szmitko 2020a). Choć znaleźć można prace o wpływie szeroko rozumianego dyskursu i języka youtuberów na polszczyznę (np. Maciołek 2017; Stefan 2019; Gronkowska 2019; Nobis 2019), to nie poświęcano uwagi omawianemu tu historykowi ani jako vlogerowi, ani jako autorowi książek.

Tym bardziej nie badano też takich cech wizerunkowych jak „pasjonat” czy „ma dużą wiedzę historyczną”. Opracowanie analogicznej do ostatniej z tych cech, czyli analiza cechy „znawca tematu” znajduje się w opracowaniu Barańska-Szmitko (2018b), gdzie odtworzono wykładniki komunikacyjne właściwe czterem felietonistom (Krzysztofowi Vardze i Piotrowi Zarembie – piszącym o kulturze i Szymonowi Hołowni oraz Magdalenie Środzie – poruszającym tematy społeczno-polityczne).

Brak badań w zakresie wizerunku osoby popularyzującej naukę i w obrębie wybranych cech wizerunkowych przy jednoczesnej dużej popularności wspomnianego dyskursu i zataczającego coraz szersze kręgi zjawiska konwergencji mediów wydaje się uzasadniać podjęcie proponowanego tematu.

7.2.2. Zaplecze teoretyczno-metodologiczne

Wszystkie teoretyczno-metodologiczne zagadnienia zostały opisane w komplementarnym (poprzednim) rozdziale tej książki, nie będą więc tutaj powtarzane, a jedynie dla porządku zarysowane.

Zapleczem teoretycznym niniejszych badań jest racjonalny konstruktywizm Michaela Fleischera, w którym komunikacja stanowi mechanizm systemu społecznego i nie rozpatruje się jej w kategoriach typowych dla modeli transmisyjnych (nadawca–odbiorca) (Fleischer 2007: 174). Rozróżnia się *wypowiedź* (to, co zostało powiedziane, napisane) od *komunikatu* (konstrukt zbudowany przez odbiorcę na podstawie wypowiedzi) (Fleischer 2008: 60), a tym samym *mówienie* (artykułowanie wypowiedzi) od *komunikowania* (konstruowanie komunikatu przez odbiorcę na podstawie wypowiedzi) (Fleischer 2012: 13).

Postuluje się stosowanie metod empirycznych, pozwalających na intersubiektywną weryfikację założeń i ewentualną ich falsyfikację (Fleischer 2008: 53–56). W analizie nie uwzględnia się intencji nadawczych, poprawności bądź niepoprawności komunikacji, natomiast bada się efekt komunikacyjny (w przypadku opisywanego niżej badania – wizerunek) i funkcjonalne działania dyskursowe (tutaj: realizujące funkcję komunikowania cech wizerunkowych „pasjonat” oraz „ma dużą wiedzę historyczną”), uwzględniając zarówno aspekt jakościowy, jak i ilościowy (Fleischer 2008: 97–100).

Sam wizerunek (image) rozumie się jako wyobrażenie, konstrukt na temat obiektu (kogoś lub czegoś), powstałe jako efekt kontaktu z wypowiedziami autorskimi (wizerunek osoby wypowiadającej się) lub wypowiedziami o danym obiekcie (Barańska-Szmitko 2018b: 37).

Wykorzystano dyskursywną analizę wizerunku na materiale empirycznym (zob. poprzedni rozdział). Respondenci przeczytali przedstawione im teksty, wskazali cechy, jakie na podstawie wypowiedzi przypisali autorowi. Wynotowali fragmenty, w których cechy „ma wiedzę” oraz „pasjonat” się aktualizują. Cytaty przyporządkowane tym cechom poddano analizie, by wyłonić właściwe im wykładniki komunikacyjne.

Cechy wizerunkowe to przypisane przez respondentów autorowi tekstu określenia, które skategoryzowano/skodowano właśnie w spójne cechy wizerunkowe (np. epitety takie jak „zabawny”, „dowcipny”, „z poczuciem humoru” skategoryzowano jako cechę wizerunkową „zabawny”). Wykładniki komunikacyjne/dyskursowe¹⁴ rozumie się jako dyskursowe sposoby komunikowania konkretnych cech wizerunkowych, mogące się realizować w różnych aspektach dyskursu (np. leksyka, konstrukcja gramatyczna, ustalanie określonych relacji nadawczo-odbiorczych itd.). Nie są one z góry zakładane, ale każdorazowo określane na podstawie wnikliwego wglądu w materiał (kodowanie otwarte – zob. w poprzednim rozdziale i Babbie 2004: 626–627; Gibbs 2011: 91).

7.2.3. Pytania badawcze i hipotezy

W referowanych niżej badaniach starano się określić, jaki wizerunek przedstawiciela dyskursu popularnonaukowego występuje w jego tekstach pisanych oraz za pomocą jakich wykładników dyskursowych komunikowane są dwie z cech autora książek: „pasjonat” oraz „ma dużą wiedzę historyczną”. Zakładano, że w wizerunku książkowym (na podstawie tekstów) dominują cechy dotyczące wiedzy prowadzącego (np. „ma wiedzę”), poczucia humoru („zabawny”) i komunikatywności („komunikatywny”). Postawiono także hipotezę, że cecha „pasjonat” komunikowana jest za pomocą wykładników bazujących na deklaracjach o zaangażowaniu i szukaniu informacji historycznych, natomiast cechę „ma dużą wiedzę historyczną” wyraża się głównie za pomocą wykorzystania nazw własnych (miejsca, nazwiska, nazwy wydarzeń), oceny opisywanej sytuacji historycznej (jej diagnozy), podawania detali, osadzenia w czasie, deklaracji zdobywania/szukania informacji i używania wyszukanego słownictwa, jak np. nazwy stopni wojсковых czy jednostek bojowych – innymi słowy, cecha ta będzie miała analogiczne wykładniki do cechy „znawca tematu” (wykładniki te znane są z obszernej

¹⁴ Zamiennie stosuję określenia „wykładnik komunikacyjny” i „wykładnik dyskursowy” czy „wykładnik dyskursywny”.

analizy wypowiedzi felietonistów w Barańska-Szmitko 2018: 126–140). Wyjątek stanowić może wykładnik relacjonowanie/informowanie, ponieważ narracja jest niezbędna i oczywista w wywodzie historycznym, a jako taka zapewne nie zwraca uwagi, więc może się nie pojawić wśród wykładników przypisywanej historykowi cechy „ma wiedzę”.

7.2.4. Materiał badawczy

W części eksperymentalnej (jej opis niżej – czytanie tekstu, przypisywanie cech i przytaczanie cytatów je aktualizujących) wykorzystano trzy teksty Wojciecha Drewniaka: „Niemożliwe? Dajcie to Polakom! – bitwa o Monte Cassino” (2018: 219–241), „To on – typ pokorny – Tadeusz Rozwadowski” (2017: 181–204) oraz transkrypcję odcinka *Historia Bez Cenzury* zatytułowanego „Armie na haju: narkotyki II wojny światowej”¹⁵. W ostatnim przypadku zdecydowano się na wykorzystanie transkrypcji, by uczynić tematykę filmów bardziej różnorodną, a ponadto w książkach publikowanych przez Wojciecha Drewniaka¹⁶ pojawiają się rozdziały będące rozszerzoną wersją youtube’owych odcinków *Historii Bez Cenzury* (te same teksty z kilkoma nowymi wątkami). Skoro więc dyskurs książkowy jest bardzo zbliżony do dyskursu z serwisu społecznościowego, to uznano, że w tym przypadku można użyć różnych tekstów w tym samym badaniu.

Teksty przedstawione respondentom nieco skrócono w stosunku do oryginału, tak by całość badania nie zajmowała uczestnikom więcej niż 20–25 min. W procesie zmniejszania obszerności tekstów zadbano o to, by wykorzystana w badaniu wersja tekstu zachowała swoją komunikatywność oraz linearność (jeśli taka występowała) i logikę wyводу. Wycinano fragmenty, nie umieszczano w tekście niczego dodatkowego. Usunięcia zaznaczano wielokropkiem w nawiasie¹⁷.

¹⁵ Wojciech Drewniak, „Armie na haju”, odcinek opublikowany 19.09.2019 na kanale *Historia Bez Cenzury*, https://www.youtube.com/watch?v=LLdtObjRHrA&t=3s&has_verified=1 [dostęp: 1.06.2020].

¹⁶ Do tej pory (czerwiec 2020) opublikował książki: *Historia Bez Cenzury* (2016), *Historia Bez Cenzury 2. Polskie koksy* (2017), *Historia Bez Cenzury 3. Poland first to fight...*, czyli *II wojna światowa* (2018), *Historia Bez Cenzury 4. Średniowiecze bez trzymanki* (2019).

¹⁷ By dać lepsze wyobrażenie o badaniu i możliwych do osiągnięcia celach, warto zaznaczyć, że prezentowane niżej wyniki są częścią większego badania, w którym ustala się wizerunek youtubera prowadzącego kanał popularnonaukowy, a także ustala się wykładniki komunikacyjne poszczególnych cech wizerunkowych, uwzględniając wizerunek multimodalny (tak nazwijmy wizerunek konstruowany na podstawie obejrzanego przez widza filmu) oraz wizerunek werbalny/tekstowy (konstruowany

7.2.5. Procedura badawcza

Zważywszy na cele badawcze i ograniczenia wynikające z pandemii Covid-19¹⁸, procedurę badawczą należy opisać, uwzględniając dwie jej części: pierwszą, w której wyłoniono cechy wizerunkowe Wojciecha Drewniaka jako autora książek, i drugi etap, służący określeniu wykładników komunikacyjnych cechy wizerunkowej „pasjonat” oraz „ma wiedzę”. Ze względu na utrudnienia pandemii nie udało się uzyskać pełnej spójności między tymi częściami. Należało posłużyć się zarówno tradycyjną formą uczestnictwa respondentów w badaniu, jak i wersją zapośredniczoną internetowo. Całość miała dość skomplikowany przebieg, którego opis zostaje tutaj, ze względu na obszerność rozdziału, ograniczony do najważniejszych elementów.

7.2.5.1. Zadania dla respondentów

W pierwszej części badania respondenci czytali jeden z dwóch lub trzech tekstów Wojciecha Drewniaka i odpowiadali na pytanie: „Mając za podstawę przeczytany fragment książki *Historia Bez Cenzury* 3, jakimi słowami opisałby Pan/opisałaby Pani autora Wojciecha Drewniaka?”. Gdy tekst dotyczył fragmentu *Historii Bez Cenzury* 2, wówczas odpowiednio modyfikowano pytanie. Gdy test był adaptowaną wersją wypowiedzi z filmu (o tym niżej), użyto sformułowania: „Mając za podstawę przeczytany fragment tekstu, jakimi słowami opisałby Pan/opisałaby Pani autora Wojtki Drewniaka?”. Uczestnicy badania mieli do dyspozycji kartkę formatu A5 na odpowiedzi, a w wersji internetowej pustą przestrzeń do wypełniania zapisem dowolnej długości. Odpowiedź na powyższe pytanie pozwoliła wskazać cechy wizerunkowe przypisywane Wojciechowi Drewniakowi.

Dane do części drugiej, czyli wypisane z tekstu fragmenty, wyrażające cechę „pasjonat” lub „ma wiedzę”, pozyskiwano na dwa sposoby. Uwzględniano w korpusie badanych cytatów takie, które respondenci wypisali w ramach realizacji zadania: „Proszę wypisać z przeczytanego tekstu słowa, zdania bądź fragmenty, które Pana/Pani zdaniem świadczą o tym, że Wojciech Drewniak to PASJONAT” (dla „ma wiedzę” pytanie miało tę cechę wymienioną na końcu zdania). Dzięki

na podstawie przeczytanego tekstu) i wykładniki dyskursowe służące komunikowaniu poszczególnych cech każdego z tych typów wizerunku w dyskursie popularnonaukowym w jego wersji werbalnej i audiowizualnej. Wybrano historyków: Wojciecha Drewniaka i Jakuba Czerwińskiego, prowadzących odpowiednio kanały *Historia Bez Cenzury* oraz *Irytujący historyk*.

¹⁸ 12.03.2020 roku wprowadzono kwarantannę narodową w Polsce, co spowodowało znaczące ograniczenia, uniemożliwiające pozyskanie większej liczby respondentów i tym samym dużej bazy materiałowej.

temu wszyscy uczestnicy biorący udział w badaniu w określonym czasie mieli szansę podać cytaty do analizowanych cech wizerunkowych. Brano jednak pod uwagę również cytaty z tekstu, jeśli pierwsze pytanie dotyczyło podania cech wizerunkowych, a drugie brzmiało: „Proszę do każdej wskazanej przez Pana/Panią cechy Wojtka Drewniaka wypisać z tekstu słowa/zdania/fragmenty, które stały się podstawą do wyłonienia danej cechy”, i wtedy, gdy uczestnik badania przypisał cechy „pasjonat” lub „ma wiedzę”. Wówczas również i taki cytat uwzględniano w bazie materiałowej. Na innej kartce znajdowały się pytania metryczkowe i jedno dotyczące wcześniejszej znajomości autora tekstu¹⁹. W wersji internetowej były to kolejne pytania.

Badanie w tradycyjnej formie przeprowadzano, dzięki uprzejmości wykładowcy²⁰, w sali wykładowej na samym początku zajęć (informacje o grupie respondentów, miejscu i czasie badania znajdują się w kolejnych częściach rozdziału). Przeprowadzała je autorka niniejszego opracowania, by mieć świadomość warunków badania i kontrolę nad nimi. Kiedy wykładowca zapowiedział przeprowadzenie badania, studenci otrzymywali informację, iż „badanie dotyczy youtubera Wojciecha Drewniaka, który pisze też książki. Polega na przeczytaniu tekstu i odpowiedzi na kilka pytań, co powinno zająć łącznie ok. 20 min. Ankieta nie sprawdza czytania ze zrozumieniem. Udział w badaniu jest w pełni dobrowolny i anonimowy. Czy wyrażacie Państwo zgodę na udział w badaniu?”. Do tych, którzy wyrazili zgodę, kierowano następnie wypowiedź, w której podkreślano, że „na kartkach z tekstem i pytaniami zawsze należy zwracać uwagę na to zadanie, które jest na wierzchu udostępnionych kartek i przechodzi się do kolejnego zadania dopiero wówczas, gdy skończy się aktualne. Nie można sprawdzać, jakie są kolejne zadania, ale można jak najbardziej wracać do poprzednich”. Zakładano, że znajomość kolejnych poleceń może mieć wpływ na wyniki, bo respondenci mogliby ułatwiać sobie realizację poleceń. Jeśli zauważono, że ktoś łamał tę regułę, taka osoba kontynuowała udział w badaniu, ale jej kwestionariusz nie był uwzględniany w analizie wyników. Informowano także studentów, iż „nie ma odpowiedzi nieprawidłowych. Wszystkie Państwa odpowiedzi są prawidłowe

¹⁹ Brzmienie pytania: „Czy zna Pan/Pani osobę publiczną Wojtka Drewniaka (autora tekstu *Historia Bez Cenzury*)?” i odpowiedzi do wyboru: „Tak, dobrze kojarzę”; „Coś słyszałem/słyszałam”; „Nie, nie znam w ogóle”. Podaję te dane dla przejrzystości i rzetelności opisu. Nie będą jednak w tym tekście analizowane. Obszerne badania na inny temat, przeprowadzone wśród ponad 500 osób, wykazały, że w przypadku czytania tekstu wpływ znajomości autora na wizerunek konstruowany na podstawie tekstu jest niewielki i choć przypisywane cechy występują w różnych proporcjach w zależności od tego, czy autor tekstu jest znany czytelnikowi bądź nie, to sam zakres cech się nie zmienia (przypisywane są wciąż te same cechy, zmieniają się jedynie ich proporcje ilościowe) (Barańska-Szmitko 2018a: 214).

²⁰ Dziękuję dr hab. prof. UŁ Monice Worsowicz za umożliwienie wejścia na zajęcia.

i cenne dla badania. Bardzo proszę o odpowiedzi spontaniczne i szczerze”. Wersja internetowa wyglądała identycznie, jeśli udało się pojawić na zajęciach dzięki możliwościom aplikacji MS Teams (niewykonalne było tylko zweryfikowanie, czy respondenci sprawdzają brzmienie kolejnych pytań). W czerwcu 2020 roku kilkanaście ankiet zebrano też poprzez przesłanie linku do ankiety i umieszczenie kluczowych informacji w zaproszeniu do ankiety. Poproszono wówczas wykładowców z kilku polskich uczelni o pomoc w dystrybucji zaproszenia do ankiet swoim studentom²¹. Do studentów dziennikarstwa I lub II roku kierowano następujące zaproszenie:

Ankieta dotyczy Wojciecha Drewniaka, youtubera, prowadzącego kanał *Historia Bez Cenzury* i autora książek o tym samym tytule. Należy przeczytać krótki fragment tekstu jednej z jego wypowiedzi, a następnie odpowiedzieć na zamieszczone niżej pytania. Pytania nie sprawdzają czytania ze zrozumieniem :) Ale do odpowiedzi potrzebne jest przeczytanie całego tekstu, o co bardzo proszę. Ankieta służy badaniom naukowym, jest dobrowolna i w pełni anonimowa. Jej wypełnienie powinno zająć ok. 12–20 minut (7–10 tekst i 5–10 pytania). Jeśli się zdecydujesz – dziękuję za poświęcony czas i uwagę! Bardzo mi pomożesz, wypełniając tę ankietę.

Pod zaproszeniem znajdował się link do ankiety²² z zaprezentowanymi wyżej pytaniami.

7.2.5.2. Uczestnicy, czas i miejsce badania

O udział w badaniu poproszono studentów dziennikarstwa i komunikacji społecznej I i II roku studiów licencjackich, zakładając, że są to studenci, którzy (zwłaszcza w etapie przypisywania cech wizerunkowych) będą potrafić „odpowiednie dać rzeczy słowo” i, relatywnie trafniej niż przedstawiciele innych kierunków, zwerbalizować skonstruowany wizerunek autora tekstu. Nie proszono

²¹ Proszono mailowo o wsparcie wykładowców z Uniwersytetu Wrocławskiego, Uniwersytetu Kazimierza Wielkiego w Bydgoszczy, Uniwersytetu Śląskiego, Uniwersytetu Adama Mickiewicza w Poznaniu, Uniwersytetu Śląskiego, Uniwersytetu Warszawskiego i Uniwersytetu Gdańskiego. Tylko część adresatów odpowiedziała. Dziękuję za pomoc następującym wykładowcom: dr. Michałowi Grali (UWr), dr. Dorocie Kokowicz (UWr), dr. Wiesławowi Czechowiczowi (UKW w Bydgoszczy), dr. Annie Sakson-Boulet (UAM), dr. Grażynie Majkowskiej (UW), dr. Dorocie Lewandowskiej-Jaros (UW), dr. Annie Dąbkowskiej (UW), dr. hab. Krzysztofowi Kaszewskiemu (UW), prof. dr. hab. Radosławowi Pawelcowi (UW).

²² A dokładnie jeden z trzech linków (każdy wykładowca otrzymywał inny link lub każda grupa studentów otrzymywała inny link): <https://www.interankiety.pl/f/r4EM98g4>; <https://www.interankiety.pl/f/dOW0xbmo>; <https://www.interankiety.pl/f/YNAIZ4KJ> [dostęp: 30.06.2020].

o udział w badaniu studentów wyższych roczników ze względu na przewidywaną zbyt dużą świadomość języka, komunikacji, gatunku, stylu czy tropów retorycznych. Elokwencja uczestników nie była tak istotna w etapie zbierania fragmentów tekstu komunikujących dane cechy wizerunkowe, ale dla spójności grupy i rzetelności wyników stosowano te same zasady doboru respondentów.

Badanie w ramach pierwszej części, w której wyłoniono wizerunek Wojciech Drewniaka, przeprowadzono 6 listopada 2019 roku i 21 października 2020 roku, co pozwoliło zebrać 71 ankiet od studentów I roku dziennikarstwa i komunikacji społecznej Uniwersytetu Łódzkiego (29 w 2019 roku i 42 w 2020 roku). W pierwszym z tych terminów wykorzystano dwa rozdziały z książek historia, w drugim terminie oprócz nich respondenci czytali też transkrypcję odcinka „Armie na haju”.

Drugą część badania, w której pozyskiwano fragmenty tekstów komunikujące określone cechy wizerunkowe, realizowano razem z częścią pozyskiwania cech wizerunkowych w czasie i wśród respondentów opisanych powyżej (listopad 2019, październik 2019, studenci UŁ), a także w czerwcu 2020 roku (między 9 a 30 czerwca 2020 roku), kiedy wykładowcy dziennikarstwa i komunikacji społecznej kilku polskich uczelni (czytaj wyżej) przesłali swoim studentom zaproszenie do badania i linki do ankiet. Ostatecznie w czerwcu 2020 roku w badaniu wzięło udział bardzo mało osób, bo tylko 16, spośród których czwórka to studenci Uniwersytetu Adama Mickiewicza w Poznaniu, ośmioro reprezentuje Uniwersytet Kazimierza Wielkiego w Bydgoszczy i czterech respondentów wywodzi się z Uniwersytetu Warszawskiego²³. Połowa z nich to studenci I roku, połowa – studenci II roku.

Nierówności liczbowe (zdecydowana większość uczestników z Uniwersytetu Łódzkiego, przewaga studentów I roku, nierówna liczba osób czytających ten sam tekst) wynikają z braku kontroli nad realizacją badania prowadzonego z konieczności w formie online z powodu pandemii. Pożądanym, a niestety tutaj nieosiągniętym efektem, powinno być przeczytanie każdego z tekstów przez tę samą liczbę osób, by zrównoważyć wpływ tematu na wizerunek historyka. Jedynym rozwiązaniem w takiej sytuacji jest baczniejsze uwzględnienie tych dysproporcji w analizie.

7.2.6. Wizerunek Wojciecha Drewniaka komunikowany w jego tekstach

Pierwsza część badania pozwoliła ustalić wizerunek Wojciecha Drewniaka. Zebrane określenia, przypisywane przez respondentów, poddano kodowaniu otwartemu i po uważnym wglądzie w materiał wszystkie przypisane, różne

²³ Nie wzięli udziału w ogóle studenci z Uniwersytetu Wrocławskiego, choć ich wykładowcy potwierdzili przekazanie informacji o badaniu.

epitety uporządkowano w spójne cechy wizerunkowe (zob. o kodowaniu cech wizerunkowych szerzej w poprzednim rozdziale).

71 osób podało łącznie 262 określenia, które skodowano w spójne cechy wizerunkowe, zaprezentowane w tabeli 1. „N wskazań” określa, ile razy podano daną cechę wizerunkową w tym etapie badania; „% wskazań” informuje o wartościach procentowych, tj. jaki procent wszystkich wskazań reprezentują wskazania danej cechy wizerunkowej. „N osób” ukazuje, ile osób przypisało daną cechę wizerunkową (osób przypisujących cechę wizerunkową może być mniej niż wskazań, wówczas gdy dana osoba dwa razy przypisze tę samą cechę, posługując się jej synonimicznymi określeniami). „% osób” to dane informujące o tym, ile procentowo respondentów wskazało daną cechę wizerunkową. Ponieważ każda z osób podała więcej niż jedną cechę, w przypadku wyników dotyczących uczestników badania, dane nie sumują się do 71 (liczba uczestników) ani do 100%.

Tabela 1. Wizerunek Wojciecha Drewniaka, komunikowany w jego tekstach

Lp.	Cecha wizerunkowa	N wskazań	% wskazań	N osób	% osób
1	bezpośredni	52	19,8	45	63,4
3	zabawny	33	12,6	31	43,7
2	ma wiedzę	21	8,0	20	28,2
4	pasjonat	17	6,5	16	22,5
5	ciekawý	14	5,3	13	18,3
6	inteligentny	13	5,0	12	16,9
7	komunikatywny	11	4,2	10	14,1
8	młodzieżowy	10	3,8	10	14,1
9	kolokwialny styl wypowiedzi	10	3,8	9	12,7
10	wyluzowany	8	3,1	8	11,3
11	patriota	8	3,1	7	9,9
12	wygadany	7	2,7	7	9,9
14	oczytany	6	2,3	6	8,5
15	szczerý	6	2,3	6	8,5
16	niekonwencjonalny	7	2,7	5	7,0
17	przyjemnie pisze	5	1,9	4	5,6
18	inne	34	13,0	32	45,1
	razem	262	100,0		

Źródło: opracowanie własne.

Jak ukazuje powyższa tabela, dwoma najczęściej przypisywanymi określeniami są „bezpośredni” oraz „zabawny”. Wydają się znaczące dla wizerunku, jeśli zważyć na fakt, że niemal 1/5 wskazań (52 wskazania – 19,8%) dokonanych przez ponad połowę czytających (45 osób – 63,4%) dotyczy pierwszej z tych cech, a 12,6% przypisań (12,6%) wynotowanych przez niemal połowę uczestników badania (43,7%) wskazuje na drugą z nich. Zdecydowana postawa historyka oraz poczucie humoru wydają się najistotniejsze liczbowo dla youtubera-pisarza. Niemal jedna trzecia uczestników badania ma autora *Historii Bez Cenzury* za człowieka kompetentnego (cecha „ma wiedzę”, wskazana 21 razy – 8,0% przez 28,2% respondentów). Około jedna piąta czytających widzi w piszącym „pasjonata”, osobę „ciekawą” i inteligentną” (odpowiednio wskazań: 17 – 6,5%, 14 – 5,3%, 13 – 5,0% i odpowiednio osób: 22,5%, 18,3%, 16,9%). Trochę ponad 10% uczestników badania przypisało historykowi cechy wiążące się ze stylem jego wypowiedzi, takie jak: „komunikatywny” i „młodzieżowy” (cechy wskazane odpowiednio 11 razy – 4,2%, 10 – 3,8%, przypisane przez równo 10 osób – 14,1% czytających), a także „kolokwialny styl wypowiedzi” (zauważony 10 razy – 3,8% przez 9 uczestników badania, czyli 12,7%) czy „wyluzowany” (8 wskazań – 3,8%, 8 respondentów – 11,3%). Mniej niż 10% respondentów przypisało takie cechy wizerunkowe jak: „patriota” (8 wynotowań – 3,1%, 7 osób – 9,9%) i „wygadany” (7 wskazań – 2,7%, 7 respondentów – 9,9%), „oczytany” i „szczerzy” (6 przypisań – 2,6%, dokonanych przez 6 czytających – 8,5%), „niekonwencjonalny” (7 wskazań – 2,7%, 5 respondentów – 7%), „przyjemnie pisze” (5 wskazań – 1,9%, 4 uczestników badania – 5,6%). Pozostałych określeń nie udało się skategoryzować w spójne cechy wizerunkowe (kategoria „inne” – 13,0% wskazań wypisanych przez 45,1% respondentów).

Jeśli połączyć powyższe cechy w grupy cech synonimicznych, zbliżonych semantycznie, wyrażających podobne atrybuty wizerunkowe (nazwijmy to blokami semantycznymi, widocznymi w tabeli 2), to zwróci uwagę zdecydowana postawa Wojciecha Drewniaka („bezpośredni”, „szczerzy”) oraz cechy komunikujące atrakcyjność i przystępność przekazu historyka („ciekawý”, „komunikatywny”, „kolokwialny styl wypowiedzi”, „wygadany”, „przyjemnie pisze”). Możliwe, że oba te wyróżniki miały wpływ na uznanie historyka za osobę kreatywną z poczuciem humoru („zabawny”, „niekonwencjonalny”), a jednocześnie kompetentną („ma wiedzę”, „inteligentny”, „oczytany”). Nie bez znaczenia wydaje się, że wie, jak trafić do młodego odbiorcy i jest „na czasie” („młodzieżowy”, „wyluzowany”). Widoczna też jest jego pasja („pasjonat”) i w najmniejszym stopniu postawa wobec swojego kraju. Z tego obrazu wyłania się postać Wojciech Drewniaka, który w sposób zdecydowany, atrakcyjny i przystępny, „na czasie”, zarówno z dystansem, jak i kompetentnie przedstawia swoją pasję.

Tabela 2. Bloki semantyczne wizerunku Wojciecha Drewniaka, komunikowanego w jego tekstach

Cecha wizerunkowa	N wskazań	% wskazań	N osób	% osób
bezpośredni	52	19,8	45	63,4
szczerzy	6	2,3	6	8,5
Blok: zdecydowana postawa	58	22,1		
ciekawyy	14	5,3	13	18,3
komunikatywny	11	4,2	10	14,1
kolokwialny styl wypowiedzi	10	3,8	9	12,7
wygadany	7	2,7	7	9,9
przyjemnie pisze	5	1,9	4	5,6
Blok: przystępny i atrakcyjny	47	17,9		
zabawny	33	12,6	31	43,7
niekonwencjonalny	7	2,7	5	7,0
Blok: z dystansem	40	15,3		
ma wiedzę	21	8,0	20	28,2
inteligentny	13	5,0	12	16,9
oczytany	6	2,3	6	8,5
Blok: kompetentny	40	15,3		
młodzieżowy	10	3,8	10	14,1
wyluzowany	8	3,1	8	11,3
Blok: „na czasie”	18	6,9		
pasjonat (?)	17	6,5	16	22,5
patriota	8	3,1	7	9,9

Źródło: opracowanie własne.

Tak określony wizerunek, choć wyłoniony z niewielu ankiet, pozwala już za-
uważyć zjawiska warte dalszego badania.

7.2.7. Komunikowanie cech wizerunkowych

Z powyższych cech wizerunkowych wybrano dwie jako przedmiot referowa-
nej w niniejszym rozdziale analizy, każdą z innych powodów. „Pasjonat” to cecha,
która zaskakuje, jeśli wziąć pod uwagę fakt, że prowadzącym wideoblog i auto-
rem książek z cyklu *Historia Bez Cenzury* jest osoba opisująca zagadnienia histo-
ryczne. Naturalne wydaje się postrzeganie Wojciecha Drewniaka jako „history-

ka”, „osobę wykształconą” czy też po prostu „mającą wiedzę”. I takie określenia też padały, ale oprócz nich także dość często „pasjonat”, co rodzi pytanie: czym pasjonowanie się tematem różni się od posiadania wiedzy, skoro wiedza powinna być kluczowa zarówno dla cechy „pasjonat”, jak i „ma dużą wiedzę”?

7.2.7.1. Wykładniki komunikacyjne cechy „pasjonat”

Udało się uzyskać łącznie 61 fragmentów, wyrażających cechę wizerunkową „pasjonat”, które wynotowało 61 osób, a każda z nich czytała jeden z trzech różnych tekstów Wojciecha Drewniaka. Brak możliwości pełnej kontroli nad warunkami badania, spowodowany przez pandemię koronawirusa, wpłynął na brak proporcji między tekstami a liczbą respondentów, tj. tekst o zdobyciu Monte Casino czytało znacznie więcej osób (27 uczestników badania) niż pozostałe teksty (17 i 18 osób).

Tabela 3. Liczba uzyskanych ankiet z fragmentami komunikującymi cechę „pasjonat”

Data badania	Monte Cassino	Rozwadowski	Armie na haj	Razem
6.11.2019	6	3	7	16
9–30.06.2020	9	3	0	12
21.10.2020	11	11	11	33
Razem	26	17	18	61

Źródło: opracowanie własne.

W procesie kodowania otwartego przeanalizowano wszystkie cytaty pod względem ich wizerunkowej funkcji (komunikowanie cechy „pasjonat”). Mając na uwadze synonimiczność stosowanych przez respondentów określeń oraz spójność stosowanych zabiegów dyskursowych w obrębie korpusu cytatów (o procesie kodowania zob. w poprzednim rozdziale), starano się wyłonić sposoby werbalnego komunikowania cechy „pasjonat”, czyli jej wykładniki komunikacyjne/dyskursowe.

Wśród wykładników komunikacyjnych cechy wizerunkowej „pasjonat” wymienić należy podkreślenie dużego znaczenia kogoś lub czegoś, podawanie szczegółów historycznych, podkreślanie wiedzy („wyjaśniam”) i deklarowanie znajomości literatury przedmiotu. Dane procentowe podawane są dla porządku. Niewielka obszerność materiału i brak postulowanych proporcji ogranicza miarodajne wnioskowanie na podstawie poniższych danych.

Podkreślenie dużego znaczenia kogoś lub czegoś pojawiało się 24 razy wśród 61 cytatów, a zatem w 39,3% wszystkich wynotowanych przez respondentów fragmentów, dotyczących cechy „pasjonat”. Istotą tego wykładnika są

superlatywy wyrażone różnymi sposobami, np. przymiotnikami w stopniu najwyższym, jak widać poniżej

- ... z których jedna – „Husky” – jest chyba najbardziej niedocenioną operacją II wojny światowej (MC)²⁴
- jeden z naszych największych bohaterów (Rozwadowski)

również zaznaczenie liczebności bądź porównanie może służyć uwypukleniu istotności zjawiska, np.

- Pamiętajmy o nich, bo na pamięć innych ciężko liczyć; ale po posłuszeniu się kalkulatorem wyszło mi, że dawało to **codziennie mniej więcej 1200 ofiar** po obu stronach (MC)
- a pamiętajmy, że ówczesna broń **nijk się miała** pod względem celności do tej dzisiejszej (Rozwadowski) [o strzeleniu odstrzeleniu ptakowi głowy z odległości 300 metrów podczas polowania – przyp. A.B.-S.]

W celu ukazania znaczenia bywają też użyte leksemy silnie wartościujące negatywnie bądź pozytywnie.

- „Niemożliwe? Dajcie to Polakom!”; „mogła okazać się jedną z największych wtop”; „rozwalenie **bezcennego** klasztoru i obcinanie głów hitlerowcom wielkimi nożami”; „takimi samymi **zwierzętami** jak naziści”; „swoją **ofiarną postawą**”; „wiedzieli to już Arabowie setki lat temu”; „mieli teraz **świetny** przyczółek [...]”, ale też **ekstra** bazę wypadową”; „Do miejsca będącego od wieków **koszmarem** każdego wojskowego stratega”; „kto zdobył Monte Cassino, **miał otwartą drogę** do Wiecznego Miasta”; „Masyw górski poprzecinany **wąskimi gardłami** skalnymi”; „Stworzyli tam tzw. Linie Gustawa – pas **potwornych** umocnień” (MC)

Podkreślenie dużego znaczenia kogoś lub czegoś zwykle realizowane jest, by wyrazić podziw, docenienie czy uznanie („najbardziej niedoceniona operacja”, „bezcenny klasztor”, „ofiarna postawa”), ale bywa też użyte w celu podkreślenia dużego negatywnego znaczenia („zwierzętami jak naziści”, „koszmar”, „potworne”).

Drugim z wykładników komunikowania pasjonowania się (historią) jest posługiwanie się **szczegółami historycznymi** (też „**pozapodręcznikowymi**”). Wykładnik ten występuje w 18 na 61 cytatów, co stanowi 29,5% całości. Respondenci wynotowali np. takie fragmenty:

²⁴ W nawiasach po cytatach pojawia się skrót od tytułu tekstu czytanego przez respondentów. „MC” to rozdział „Niemożliwe? Dajcie to Polakom! – bitwa o Monte Cassino” (Drewniak 2017: 181–204); „Rozwadowski” – „To on – typ pokorny – Tadeusz Rozwadowski” (Drewniak 2018: 219–241), a „Armie na haju” to odesłanie do tekstu filmu „Armie na haju”, który został opublikowany 19.09.2019 na kanale *Historia Bez Cenzury*.

- Walki trwały całą noc, aż wreszcie w okolicach 8.45 przyszedł czas na ostateczne rozwiązanie kwestii niemieckiej na Monte Cassino (MC)
- Hipotezy są dwie – pierwsza mówi, że ściany w jego celi pomalowano specjalną farbą z arsenikiem. Inni z kolei twierdzą, że generała otruto już po wyjściu z pierdła – wracając do Warszawy, miał dostać kanapkę z drobno pociętym końskim włosiem, co miało doprowadzić do owrzodzenia żołądka (znajomość szczegółów niepodawanych w podstawowych ogólnych źródłach) (Rozwadowski)
- Malował sobie paznokcie, nakładał makijaż, zakładał delikatny szlafroczek i tak see latał po chałupie (Armie na haju) [o zachowaniu Hermana Goeringa, będącego pod wpływem narkotyków [przyp. A.B.-S.]

Wśród szczegółów wymienianych w wywodach Wojciecha Drewniaka pojawiają się takie, które wymykają się tradycyjnemu dyskursowi historycznemu w jego podręcznikowej wersji i można przypuszczać, że źródłem tych wiadomości są niekoniecznie oficjalne dokumenty (zob. wyżej przykład zwłaszcza dot. Hermana Goeringa).

Zaznaczyć przy tym należy, że podawanie szczegółów historycznych może być typowe wyłącznie dla „pasjonata” – historyka, a prawdopodobnie pasjonat innej dziedziny wiedzy wymieniałby szczegóły dotyczące typowych dla siebie zagadnień, choć oczywiście to spostrzeżenie wymaga badań wśród „pasjonatów”, reprezentujących inne nauki.

Trzeci z wykładników omawianej cechy to zaznaczanie swojej dużej wiedzy, które skrótowo ujęte tu zostaje jako „**wyjaśniam**”. Ten wykładnik pojawił się tylko osiem razy (13,15%), na przykład w następujących cytatach:

- Zaczniemy trochę banalnie, ale wolę się upewnić, że wszyscy wiedzą, gdzie jest Monte Cassino (MC)
- Co takiego się tam stało? Już tłumaczę (Rozwadowski)
- czy w związku z tym ciężko było ją dostać? Gdzie tam! (Armie na haju)

Autor tekstu zaznacza, że ma obszerną wiedzę, z której czerpie informacje na potrzeby prowadzonego wyvodu i z myślą o odbiorcy. Warto zauważyć, że ten wykładnik oprócz tego, że podkreśla wiedzę historyka, to na poziomie organizacji wypowiedzi służy jej porządkowaniu. Pierwszy z cytatów to początek tekstu i wprowadzenie w temat, drugi występuje po ocenie bitwy i stanowi wstęp do jej opisu. Trzeci wewnątrz tekstu przenosi do kolejnego wątku. Jednocześnie „wyjaśniam” (przynajmniej we fragmentach dostępnych na tym etapie badań) realizuje jeden z wyznaczników stylu popularnonaukowego, tj. dialogowość (Starzec 2013: 84–85; Maciejak 2018: 116–118) – w obu przykładach Wojciech Drewniak bezpośrednio zwraca się do swoich czytelników, jak gdyby z nimi rozmawiał. Relatywnie niska reprezentatywność tego wykładnika może wynikać z jego funkcji tekstowej. Porządkowanie wypowiedzi występuje znacznie rzadziej niż opis z użyciem wartościujących epitetów czy szczegółów.

Czwartym wykładnikiem dyskursywnym cechy „pasjonat” jest **odwoływanie do literatury przedmiotu**, które pojawiło się w analizowanym korpusie siedem razy (11,5%). Uczestnicy badania podali na przykład takie fragmenty:

- O tym możecie się dowiedzieć z [mojej – przyp. A.B.-S.] **poprzedniej książki** (Rozwadowski)
- koniecznie sięgnijcie **po książkę *Dragi i wojna*** (Armie na haju)

Bardzo możliwe, że niska reprezentatywność tego wykładnika – podobnie jak w poprzednim przypadku – również wynika z rzadkiego stosowania tego typu odwołań.

Pojawiły się także cztery wypowiedzi, które skategoryzowano jako „inne”. Są to następujące uwagi uczestników badania:

- Cały tekst dowodzi oddania temu, co robi (MC)
- Monte Cassino powtórzone bardzo dużo razy (MC)
- Uważam, że to nie słowa świadczą o tym, że Wojciech Drewniak to pasjonat, a klimat i przekaz całego tekstu, który on sam stworzył. To się po prostu czuje (MC)
- Generał Rozwadowski, jak to było w jego zwyczaju, nie lubił się objać, nawet jeśli miał wreszcie na to czas (Rozwadowski)

Na podstawie tych „innych” odpowiedzi nie udało się ustalić żadnego spójnego sposobu komunikowania cechy „pasjonat”.

Jak widać, komunikowanie cechy wizerunkowej „pasjonat” w przypadku Wojciecha Drewniaka realizuje się za pomocą czterech wykładników: podkreślenia dużego znaczenia, wymieniania szczegółów, wskazywania na swoją obszerną wiedzę udostępnianą czytelnikowi („wyjaśniam”) oraz odwoływania się do literatury przedmiotu. Jak pokazuje tabela 4, w komunikowaniu omawianej cechy zdecydowanie dominuje podkreślenie dużego znaczenia kogoś lub czegoś, a także posługiwanie się szczegółami (w tym pozapodręcznikowymi). „Wyjaśniam” oraz odwoływanie do literatury przedmiotu ma zdecydowanie mniejsze znaczenie, co może wynikać z funkcji tekstowych tych wykładników, powodujących niskie ich nasycenie w tekstach.

Warto się jeszcze przyjrzeć widocznemu w tabeli 4 rozkładowi wykładników wśród poszczególnych tekstów, ponieważ zauważyć się da pewną zależność użycia określonych wykładników od tematu wypowiedzi i/lub od medium oraz warunków finansowania. Teksty dot. Monte Cassino i Rozwadowskiego wyrażnie służyły podkreśleniu bohaterskości polskich żołnierzy we Włoszech oraz ukazaniu wielkości polskiego generała początku XX wieku. W obu przypadkach hiperbolizacje wspierają tę optykę. Trudno o takie spojrzenie w przypadku tekstu opisującego zażywanie narkotyków w armiach podczas II wojny światowej. Przeglądowy charakter tego tekstu zmniejsza potrzebę intensywnego posługiwania się uznaniem dla kogoś lub czegoś. W przypadku odwoływania się do literatury przedmiotu, należy zwrócić uwagę, że niemal wszystkie cytaty pochodzą z tekstu

filmu „Armie na haju”, który prawdopodobnie był sponsorowany i służył promocji wymienionej w wypowiedzi pozycji książkowej. Inny cytat dotyczy odwołania do innej książki Wojciecha Drewniaka, więc służy tym razem autopromocji. Badanie na większym korpusie tekstów mogłoby pomóc potwierdzić lub negatywnie zweryfikować zarysowany tu trop interpretacyjny.

Tabela 4. Wykładniki komunikacyjne cechy wizerunkowej „pasjonat”

„Pasjonat” – wykładnik komunikacyjny	Monte Cassino	Rozwadowski	Armie na haju	Liczba cytatów	% cytatów
podkreślenie dużego znaczenia kogoś lub czegoś	11	10	3	24	39,3
szczegóły historyczne	8	5	5	18	29,5
wyjaśniam	3	4	1	8	13,1
odwoływanie do literatury przedmiotu	0	1	6	7	11,5
inne	3	1	1	4	6,6
razem	25	20	17	61	100,0

Źródło: opracowanie własne.

Wyżej przeprowadzona analiza jakościowa i ilościowa pozwalają wnioskować, że duże dysproporcje ilościowe między dominującymi a marginalnymi wykładnikami mogą zależeć od częstości występowania charakterystycznych dla wykładników zabiegów dyskursowych, która to częstość uwarunkowana jest organizacją i funkcjonalnością tekstu. Zupełnie naturalne w dyskursie popularnonaukowym wydaje się dużo liczniejsze posługiwanie się epitetami czy detalami historycznymi niż wprowadzanie w temat czy wyjaśnienia albo odwoływanie do literatury przedmiotu. Skoro więc pewne zabiegi dyskursowe występują częściej, to też częściej są wskazywane jako służące komunikowaniu cechy „pasjonat”. Pamiętać przy tym należy, że tematyka danego tekstu może wpływać na niższą reprezentatywność niektórych wykładników (np. mniej wyrażania uznania w tekstach „przekrojowych”, dotyczących opisu nie osoby czy wydarzenia, ale określonego problemu historycznego), a odwoływanie do literatury przedmiotu może wynikać ze zobowiązań promocyjnych autora wypowiedzi. Ze względu na niewielką liczbę ankiet, formułowane tu interpretacje traktować należy jako pewne trendy do zweryfikowania w obszerniejszych badaniach.

7.2.7.2. Wykładniki komunikacyjne cechy „ma dużą wiedzę”

Łącznie 71 osób podało cytaty komunikujące cechę „ma dużą wiedzę”, z czego 20 osób wypisało istotne dla nich fragmenty w listopadzie 2019 roku, 17 w czerwcu 2020 roku i 34 w październiku 2020 roku. Piątka spośród respondentów podała

dwa cytaty, zakwalifikowane na etapie kodowania jako reprezentacje więcej niż jednego wykładnika, stąd też o pięć więcej, czyli 76 skodowanych cytatów występuje w bazie materiałowej.

Tabela 5. Liczba osób wynotowujących fragmenty komunikujące cechę „ma wiedzę”

Data badania	Monte Cassino	Rozwadowski	Armie na haju	Razem
6.11.2019	13	7	0	20
9–30.06.2020	8	4	5	17
21.10.2020	10	11	13	34
	31	22	18	71

Źródło: opracowanie własne.

Ze względu na konieczność i trudności w przeprowadzeniu badania w czasie pandemii, nie udało się uzyskać pełnej proporcji między tekstami i rozdział poświęcony zdobyciu Monte Cassino czytany był zdecydowanie częściej (31 razy) niż pozostałe (22 i 18 razy), co należy uwzględnić w interpretacji wyników.

Dostępne 76 cytatów poddano kodowaniu otwartemu, w wyniku czego określono wykładniki komunikacyjne/dyskursowe cechy wizerunkowej „ma dużą wiedzę”, wśród których wymienić można: wskazywanie dat/godzin, przywoływanie informacji nieoficjalnych/pozapodręcznikowych, ukazywanie kontekstu wydarzeń, wymienianie danych liczbowych oraz posługiwanie się nazwami wydarzeń historycznych.

Najczęstszym sposobem komunikowania wiedzy (historycznej) jest **przywoływanie dokładnych dat, a nawet godzin**. Respondenci podali 20 takich cytatów, co stanowi 26,3% całego korpusu dla omawianej cechy. Wynotowano np.

- operacja „Husky”, która zaczęła się 10 lipca 1943 roku (MC)
- że Tadek, który przyszedł na świat 19 maja 1866 roku (Rozwadowski)
- 28 października 1918 roku powołano go na stanowisko szefa Sztabu Generalnego (Rozwadowski)
- bo morfinę wyizolowano z opium już w roku 1804; W 1937 roku zadebiutowała na rynku farmaceutycznym jako Pervitin (Armie na haju)
- Zaczniemy od używki bardzo popularnej, zwłaszcza wśród elit i to od XIX wieku, bo morfinę wyizolowano z opium już w roku 1804 (Armie na haju)
- O 9.50 na ruinach klasztoru, o który walki trwały kilka miesięcy, zawieszono proporczyk 12. Pułku Ułanów Podolskich, bo to właśnie ta ekipa dotarła tam jako pierwsza (MC)

Lokowanie w czasie wydarzeń wydaje się niezbędne w dyskursie historycznym, stąd zapewne najwięcej tego wykładnika wśród wypisanych przez respondentów cytatów.

Niewiele mniej cytatów, bo 18 (co stanowi 23,7% całego korpusu dla omawianej cechy) dotyczy kolejnego wykładnika – podawanie **informacji nieoficjalnych/pozapodręcznikowych**, czyli takich, które wydają się trudno dostępne w oficjalnych, urzędowych dokumentach, np.

- Szef wojsk alianckich dał Andersowi aż 10 minut na podjęcie decyzji, po których nasz generał wrócił do kwatery polowej i powiedział generałowi Leese, że podejmuje się wyzwania (MC)
- tamta broń nie była tak precyzyjna jak dzisiejsza; Rodzina Rozwadowskich miałyby gablotkę z wieloma orderami (Rozwadowski)

albo które zwykle uważa się za drugorzędne w podręcznikach, jak np. autorstwo planu bitwy w kontekście jej przebiegu i rezultatu:

- kluczowa bitwa zbliżała się nieubłaganie. Naturalnie chodzi o Bitwę Warszawską. Według wielu źródeł to właśnie Tadek Rozwadowski miał przedstawić Piłsudskiemu dwa plany rozegrania bitwy, z których Wódz Naczelny wybrał ten o ataku znad Wieprza. Rozkaz wydano w nocy z 8 na 9 sierpnia, a jak wyglądało jego wykonanie i wynik bitwy?
- Oczywiście narkotyków używano też w innych kontekstach. Na przykład pewnej substancji przez jakiś czas używano w katowniach NKWD jako serum prawdy (Armie na haju)

Ten wykładnik cechy „ma wiedzę” może wynikać z uatrakcyjnienia przekazu w dyskursie popularnonaukowym (o zabieganiu o uwagę czytelnika zob. Maciejak 2018: 112, o atrakcyjności Maciejak 2018: 114–115; Starzec 2013: 83–84). Przytaczanie ciekawostek może przyciągnąć uwagę odbiorcy, a ich powtarzanie ją utrzymać.

Kolejnym z wykładników jest wskazywanie **kontekstu wydarzeń**, co pojawia się w 15 cytatach (19,7%). W tym przypadku wyjaśnia się daną sytuację, np.

- walka [o Monte Cassino – przyp. A.B.-S.] była ekstremalnie ciężka i darowali ją sobie nawet tacy celebryci pokoju jak Hannibal czy Napoleon, którzy uznali, że mniej roboty będzie z podbiciem Włoch od północy, mimo dłuższej drogi do Rzymu. Napoleon miał nawet stwierdzić, że „Włochy to but. Trzeba wchodzić w nie od góry”. Statystyki nie napawały aliantów optymizmem – Rzymu od południa nie zdobył nikt od 1400 lat (MC)
- Bo wydał rozkaz rozprawienia się z zamachowcami, ale... nie miał go kto spełnić. Poza tym sam prezydent Wojciechowski podał się do dymisji, czym zakończył przewrót majowy i być może uratował kraj przed wojną domową (Rozwadowski)
- Polityka II Rzeszy była bardzo antynarkotykowa (Armie na haju)

Pokazanie kontekstu wydarzeń umożliwia usytuowanie ich w szerszej perspektywie czasowej, często też ukazuje przyczyny opisywanej sytuacji historycznej,

motywacje decydentów, czy pozwala ocenić dane wydarzenie. Uzasadniony wydaje się sąd, że ten wykładnik może zależeć od tematu, tj. częściej zapewne potrzebne będą tego typu wyjaśnienia w przypadku opisu bitew, rzadziej w tekstach biograficznych czy takich opartych wyłącznie na ciekawostkach (narkotyki na wojnie, alkohol w średniowieczu, historia egzorcyzmów). W tych ostatnich przypadkach historyk też ukazuje kontekst wydarzeń, ale poświęca na to zdecydowanie mniej miejsca niż np. wtedy, gdy opisuje bitwę.

O tym, że Wojciech Drewniak ma wiedzę, przesądza też posługiwanie się **danymi liczbowymi**. Fragmenty z tym sposobem wyrażania omawianej cechy wskazano 10 razy (13,2%), a wśród nich np.

- Generalnie podczas całej włoskiej kampanii po stronie aliantów zginęło 312 tysięcy ludzi! Niemców jeszcze więcej – **435 tysięcy** (MC)
- Naćpany nią [amfetaminą – przyp. A.B.-S.] żołnierz zdecydowanie mniej się bał, był bardziej skupiony w okopie, mógł odbywać dłuższe loty. Wiedzieli o tym alianci, bo sami Brytyjczycy pierdyknęli sobie **72 miliony tabletek** (Armie na haju)
- bo jednym z efektów ubocznych wojny secesyjnej było prawie **400 tys.** uzależnionych chłopaków (Armie na haju)

Świadczące o wiedzy (historycznej) jest też posługiwanie się **nazwami wydarzeń**, co pojawiło się w cytatach przytoczonych przez respondentów czterokrotnie (13%), np.

- operacja „**Husky**”, która (MC)
- Bo o **D-Day** słyszał chyba każdy, o **bitwie o Anglię** zdecydowana większość... ale operacja „**Husky**”, która zaczęła się 10 lipca 1943 roku, jakoś nie wgrzyzła się tak mocno w popkulturę, mimo że była to, uwaga, **NAJWIĘKSZA** operacja amfibijna II wojny światowej (MC)
- Naturalnie chodzi o **Bitwę Warszawską** (Rozwadowski)

Wydaje się przy tym, że nie ma znaczenia, czy wydarzenia, o których mowa, są dość powszechnie znane (np. bitwa o Anglię, Bitwa Warszawska), czy też nie (operacja „Husky”). Komunikują cechę „ma dużą wiedzę” w każdym z tych przypadków.

Dziewięć odpowiedzi (11,8%) trudno było sklasyfikować i włączono je w kategorię „inne”²⁵.

Jak widać, cechę „ma dużą wiedzę historyczną” można komunikować za pomocą wymieniania dat i/lub godzin, poprzez podawanie informacji nieoficjalnych/pozapodręcznikowych, nakreślanie kontekstu wydarzeń, podawanie

²⁵ Są to np. odpowiedzi: respondent: cały tekst (MC); respondent: treść sama w sobie (MC); respondent: całokształt tekstu (Rozwadowski); respondent: zna się na historii i wyklada fakty po kolei bez zbędnych elementów (Rozwadowski); O tym możecie się dowiedzieć z poprzedniej książki (Rozwadowski).

danych liczbowych i przywoływanie nazw wydarzeń, co zestawia tabela 6. Dominującymi wykładnikami okazuje się wymienianie dat/godzin (26,3% wszystkich cytatów dla cechy „ma wiedzę”) oraz przywoływanie wiadomości, mogących uchodzić za nieoficjalne (23,7%). Nieco tylko mniejsze znaczenie ma lokowanie wydarzeń we właściwym dla nich kontekście (19,7%). Najmniej istotne zdają się dane liczbowe (13,2%) oraz posługiwanie się nazwami wydarzeń historycznych (11,8%).

Tabela 6. Wykładniki komunikacyjne cechy „ma dużą wiedzę historyczną”

Wykładniki komunikacyjne cechy „ma dużą wiedzę”	Monte Cassino	Rozwadowski	Armie na haju	N cytatów	% cytatów
daty i/lub godziny	6	9	5	20	26,3
informacje nieoficjalne/pozapodręcznikowe	5	6	7	18	23,7
kontekst wydarzeń	9	4	2	15	19,7
dane liczbowe	6	0	4	10	13,2
nazwy wydarzeń	3	1	0	4	5,3
inne	4	3	2	9	11,8
	33	23	20	76	100,0

Źródło: opracowanie własne.

Spojrzenie na dane ilościowe pozwala wyciągnąć wniosek, że należy widoczne proporcje traktować z dużym dystansem, ponieważ wskazują one, że tematyka tekstu może mieć istotne znaczenie dla nasycenia wypowiedzi konkretnymi wykładnikami. Innymi słowy, wykorzystanie i częstość użycia danego wykładnika cechy „ma wiedzę” może zależeć od tematyki tekstu. Tak na przykład, jak pokazuje tabela, daty i/lub godziny okazują się mieć największe znaczenie w przypadku tematów biograficznych (najwięcej cytatów dla tego wykładnika z rozdziału o generale Rozwadowskim), co wydaje się zrozumiałe, ponieważ w tego typu tekstach czas narracji stale się zmienia, więc wymaga ciągłego określania. Jeśli wziąć pod uwagę proporcje (zdecydowanie więcej czytających tekst o Monte Cassino), to na informacje nieoficjalne/pozapodręcznikowe zwracano uwagę szczególnie często w przypadku wypowiedzi o generale Rozwadowskim i narkotykach na wojnie – być może dlatego, że tutaj pojawiały się kontrowersyjne informacje (np. przygotowanie planu Bitwy Warszawskiej nie przez Józefa Piłsudskiego, ale generała Rozwadowskiego, dane o braniu narkotyków przez dowódców wojsk III Rzeszy), na które zwracali uwagę respondenci, a nie było takich zaskoczeń w wypowiedzi o zdobyciu Monte Cassino. Zwraca też uwagę zupełny brak danych liczbowych w tekście o generale Rozwadowskim. Zapewne tematyka biograficzna ogranicza zakres ich użycia.

Cechę „ma wiedzę” można więc komunikować za pomocą kilku sposobów, spośród których lokowanie w czasie i podawanie informacji nieoficjalnych/pozapodręcznikowych należą do najczęstszych wykładników. Pierwszy z nich jest zrozumiały w wypowiedziach dotyczących historii, drugi przyciąga uwagę w dyskursie popularnonaukowym. Ciekawe, że wymieniane wydarzenia nie muszą być znane czy nieznane przeciętnemu odbiorcy, by komunikować wiedzę autora tekstu. Choć potrzebne są dane z obszerniejszego materiału, to na obecnym etapie badań uzasadniona wydaje się interpretacja, że skala użycia poszczególnych wykładników zależy od tematu wypowiedzi, który może generować częstsze użycie niektórych z nich i rzadsze innych.

Dane dotyczące cechy „ma dużą wiedzę historyczną” można zestawzić z wynikami badania dotyczącymi czterech felietonistów (Krzysztof Varga, Piotr Zaręba, Szymon Hołownia, Magdalena Środa – felietony dotyczyły szeroko pojętej kultury lub kwestii społeczno-politycznych, z założenia nie operowano w nich tematyką historyczną), którym respondenci wśród wielu różnych przymiotów przypisywali cechę „znawca tematu”, analogiczną do „ma dużą wiedzę historyczną”. Obie cechy wizerunkowe wskazują na posiadanie dużej wiedzy. „Znawca tematu” komunikowany jest w dyskursie felietonowym za pomocą przywoływania nazw własnych (nazwisko, tytuł tekstu kultury), formułowania sądów diagnozujących/oceniających daną sytuację, przedstawiania relacji/informowania, podawania detali, osadzenia w czasie (daty), deklaracji zdobywania/szukania informacji oraz za pomocą posługiwania się wyszukanym słownictwem (Barańska-Szmitko 2018b: 196–204).

Jeśli porównać obie cechy, to „ma dużą wiedzę” wykazuje dużą zbieżność ze „znawcą tematu”. Wspólne wydają się takie wykładniki, jak osadzenie w czasie (daty), nazwy własne (u historyka występujące jako nazwy wydarzeń), dane liczbowe (detale w przypadku „znawcy tematu”) oraz kontekst wydarzeń i informacje nieoficjalne, w których pojawia się przedstawianie relacji/informowanie. Możliwe, że analiza większego materiału wykazałaby zbieżność przywoływania kontekstu z typową dla „znawcy tematu” diagnozą (choć diagnoza zwykle dotyczyła teraźniejszości, nie przeszłości). Jedynie deklaracja zdobywania/szukania informacji oraz posługiwanie się wyszukanym słownictwem okazały się wyłączne dla „znawcy tematu”, podczas gdy pozostałe wymienione wyżej wykładniki wskazują na szeroką wiedzę autora zarówno w dyskursie felietonowym, jak i popularnonaukowym historycznym.

Warto też zestawzić cechy „ma dużą wiedzę” i „pasjonat”, gdyż wydają się dośyć zbieżne w tym sensie, że posiadana wiedza jest dla każdej z nich niezbędna, ale jednak respondenci określili Wojciecha Drewniaka nie jednym, ale tymi dwoma różnymi przymiotami. Zestawienie wykładników obu tych cech prezentuje tabela 7.

Dane wskazują, że „pasjonat” od osoby „mającej dużą wiedzę historyczną” różni się ukazywaniem rangi/znaczenia opisywanej osoby czy wydarzeń, dialo-

gowością widoczną w wykładniku „wyjaśniam” oraz odwoływaniem się do literatury przedmiotu. „Pasjonat” uważa zatem temat swojej wypowiedzi za ważny i to podkreśla, wchodzi w relację z odbiorcą i jako jemu bliski odsyła otwarcie do źródeł informacji (choć pamiętać należy, że prawdopodobnie odwoływanie do źródeł motywowane jest zobowiązaniami promocyjnymi).

Tabela 7. Zestawienie wykładników komunikacyjnych dla cech wizerunkowych „pasjonat” oraz „ma dużą wiedzę historyczną”

Wykładniki komunikacyjne cechy „pasjonat”	% cytatów	Wykładniki komunikacyjne cechy „ma dużą wiedzę”	% cytatów
podkreślenie dużego znaczenia kogoś lub czegoś	39,3	daty i/lub godziny	26,3
szczegóły historyczne (też pozapodręcznikowe)	29,5	informacje nieoficjalne (pozapodręcznikowe)	23,7
wyjaśniam	13,1	kontekst wydarzeń	19,7
odwoływanie do literatury przedmiotu	11,5	dane liczbowe	13,2
inne	6,6	nazwy wydarzeń	5,3
		inne	11,8
razem	100,0	razem	100,0

Źródło: opracowanie własne.

Szczegóły natomiast wydają się wykładnikiem zarówno „pasjonata”, jak i osoby „mającej dużą wiedzę”, jeśli bowiem przyjrzeć się korpusom cytatów obu cech, to fragmenty, w których aktualizuje się cecha „pasjonat” za pomocą użycia szczegółów, są fragmentami zawierającymi daty i/lub godziny, kontekst wydarzeń, nazwy własne, dane liczbowe i nieoficjalne informacje, czyli wszystkie wykładniki cechy „ma dużą wiedzę historyczną”. Najwyraźniej takie szczegóły mogą komunikować obie te cechy. Dostępny materiał nie pozwala określić warunków, w których te wykładniki służą komunikowaniu jednej bądź drugiej cechy. Być może umożliwi to dostępność obszerniejszego materiału. Możliwe też, że posługiwanie się szczegółami historycznymi jest wykładnikiem polifunkcyjnym wizerunkowo, tj. służy komunikowaniu obu wspomnianych cech bez względu na warunki komunikacji (np. temat, płeć autora, medium etc.). Zaznaczyć przy tym należy, że wykładniki dla cechy „ma dużą wiedzę” to rozwiązania dyskursowe konieczne do prowadzenia narracji historycznej i choć wykazują zbieżności z przypisywaną felietonistom cechą „znawca tematu”, to są przede wszystkim typowe dla historycznego wywodu (daty, kontekst wydarzeń, dane liczbowe, nazwy wydarzeń).

7.2.8. Podsumowanie i wnioski

Warto pamiętać, iż wszystkie interpretacje tego rozdziału należy traktować z pewnym dystansem ze względu na niewielką, spowodowaną utrudnieniami pandemii, liczbę analizowanych tu ankiet. Poniższe uwagi są więc raczej wyrazem pewnych tendencji niż miarodajnie potwierdzonymi wnioskami.

Pierwsza część badania pozwoliła określić poszczególne cechy wizerunkowe Wojciecha Drewniaka. Pozytywnie zweryfikowano hipotezę, iż w wizerunku książkowym (na podstawie tekstów) dominują cechy dotyczące wiedzy prowadzącego (np. „ma dużą wiedzę”), poczucia humoru („zabawny”) i komunikatywności („komunikatywny”), choć najczęściej uznawano, że historyk jest „bezpośredni”. Zaznaczyć jednak należy, że te przymioty nie są równoważne, ale widać silny prymat cech dotyczących zdecydowanej postawy autora oraz przystępności i atrakcyjności przekazu. Nieco mniejsze znaczenie ma oryginalność i humor oraz wiedza i bycie „na czasie” tego pasjonata i patrioty.

Oprócz zdecydowanej postawy (która zapewne wynika z wyrazistego wartościowania stosowanego w tekstach historyka) oraz cech dotyczących wiedzy, ważny dla wizerunku autora wydaje się styl jego wypowiedzi (zob. cechy wizerunkowe niezwiązane ze stanowczą postawą i wiedzą). Najwyraźniej oryginalność tego stylu zwraca szczególną uwagę czytelników i być może wynika z różnicy między znanym z podręczników dyskursem historycznym a jego popularnym wydaniem – im bardziej wypowiedzi Wojciecha Drewniaka różnią się od znanego ze szkoły sposobu mówienia o historii, tym bardziej zwracają uwagę i stanowią podstawę przypisania mu określonych cech wizerunkowych.

Zebranie korpusu cytatów dotyczących cech wizerunkowych „pasjonat” oraz „ma dużą wiedzę historyczną” umożliwiło wyłonienie wykładników komunikacyjnych typowych dla wspomnianych cech. Ich analiza wykazała, że „pasjonat” oparty jest na (zwykle pozytywnym) wartościowaniu – podkreślanie znaczenia opisywanych osób czy zjawisk, podczas gdy „ma dużą wiedzę historyczną” komunikowany jest przede wszystkim za pomocą przywoływania dat i informacji nieoficjalnych/pozapodręcznikowych. Tym samym pozytywnie zweryfikowano hipotezę dotyczącą cechy „pasjonat” (zakładano, że jej komunikowanie oparte jest na zaangażowaniu i szukaniu informacji), ponieważ zaangażowanie wyraża się poprzez podkreślenie ważności podejmowanego tematu (najliczniej reprezentowany wykładnik), szukanie informacji w podawaniu szczegółów (drugi z najliczniejszych wykładników) i odnoszenie do literatury przedmiotu.

Choć „ma dużą wiedzę” ma wykładniki typowe dla narracji historycznej, to – tak jak się spodziewano – są to wykładniki analogiczne do cechy „znawca tematu” (cecha wyłoniona i opracowana w innych, obszernych badaniach), tj. wszystkie wykładniki oprócz deklaracji szukania informacji i wyszukanego słownictwa wykazują zbieżność, co może świadczyć o tym, że cecha historyka „ma dużą wiedzę” jest (właściwą autonomicznie funkcjonującemu popularnonaukowemu

dyskursowi historycznemu) odmianą dyskursową „znawcy tematu”. Wbrew założeniom elementy informowania/relacjonowania (wykładnik „znawcy tematu”) nie są na tyle immanentne dla wywodu historycznego, by nie zostały zauważone. Wydaje się, że relacjonowanie/informowanie realizuje się w takich wykładnikach cechy „ma dużą wiedzę” jak usytuowanie w kontekście i podawanie nieoficjalnych informacji, choć nie są to dominujące sposoby komunikowania wiedzy historyka. Zaznaczyć przy tym należy, że powyższe zbieżności funkcjonują na zasadzie analogii, a nie na pełnej tożsamości wykładników i szczegółowe relacje między wykładnikami komunikującymi wiedzę w różnych dyskursach pozostają do określenia w obszerniejszej wersji badania.

Przeprowadzona analiza pozwoliła także określić relację między „pasjonatem” a osobą „mającą dużą wiedzę”. Podawanie szczegółowych informacji jest dla tych dwóch cech wizerunkowych wspólne, ale pasjonat oprócz tego często wartościuje (zwykle pozytywnie) obiekty, które opisuje (osoby, zjawiska, zdarzenia). Główne wykładniki cechy „ma wiedzę” wydają się pochodną dyskursu historycznego w jego popularyzatorskim wydaniu.

Jak zatem widać, wizerunek historyka popularyzującego wiedzę historyczną w przypadku Wojciecha Drewniaka oparty jest na zdecydowanej postawie autora książek i youtubera. Dla komunikowania cechy „pasjonat” kluczowe wśród wykładników staje się podkreślanie ważności podejmowanych tematów i ich aspektów, podczas gdy dla komunikowania wiedzy („ma dużą wiedzę historyczną”) podawanie różnego rodzaju dat i szczegółów historycznych. Ponadto komunikowanie wiedzy w dyskursie historycznym, choć nie identycznie, to odbywa się w dużej mierze analogicznie do komunikowania wiedzy w dyskursie felietonowym dotyczącym kultury lub kwestii społeczno-politycznych. Dalsze badania na większym materiale pozwolą zweryfikować widoczne w tej próbie badawczej tendencje i lepiej określić zarysowane w pozyskanych do tej pory danych wzajemne relacje.

Literatura

- Adamczyk Karolina (2016), *Opinie o prezydencie Rafale Dutkiewiczu wśród wrocławian i internautów w kwietniu 2015 r.*, [w:] *Badanie i projektowanie komunikacji 5*, red. A. Siemes, M. Grech, M. Wszolek, Libron, Wrocław, s. 119–145.
- Barańska-Szmitko Anna (2018a), *Wpływ słowa i obrazu na wizerunek osoby publicznej*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź.
- Barańska-Szmitko Anna (2018b), *Wizerunek felietonisty i sposoby jego werbalnego komunikowania*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź.
- Barańska-Szmitko Anna (2020a), *Czy przystępna wypowiedź eksperta umniejsza jego aurytet? Wizerunek Wojtki Drewniaka na podstawie wypowiedzi umieszczanych na kanale YouTube „Historia bez Cenzury”*, [w:] *Badanie komunikacji/projektowanie komunikacji 3*, red. M. Grech, K. Lachowska, K. Olender, A. Siemes, Libron, Wrocław, s. 179–195.

- Barańska-Szmitko Anna (2020b), *Relacja między dyskursem popularnonaukowym w serwisie YouTube a wizerunkiem vlogera na przykładzie prowadzących kanały „Historia Bez Cenzury” oraz „Irytujący Historyk”*, „Studia de Cultura. Annales Universitatis Paedagogicae Cracoviensis”, t. 12 (2), s. 62–77.
- Brodnicka Maja (2019), *Wizerunek prasowy Jarosława Kaczyńskiego w wybranych tygodnikach opinii podczas polskiej kampanii parlamentarnej w 2015 r.*, „Łódzkie Studia Teologiczne”, nr 28, s. 21–43.
- Fleischer Michael (2007), *Ogólna teoria komunikacji*, Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław.
- Fleischer Michael (2008), *Konstrukcja rzeczywistości 2*, Oficyna Wydawnicza Atut, Wrocław.
- Fleischer Michael (2012), *Typologia komunikacji*, Primum Verbum, Łódź.
- Gierło-Klimaszewska Katarzyna, Gajda Joanna (2019), *The image of Prime Ministers Ewa Kopacz, Beata Szydło and Donald Tusk in the Czech Portal iDnes*, „Państwo i Społeczeństwo”, nr 2 (XIX), s. 129–149.
- Gronkowska Agnieszka (2018), *Media społecznościowe jako narzędzie nowej ewangelizacji na przykładzie twórczości internetowej Adama Szustaka OP*, „Roczniki Pedagogiczne”, nr 10(46), s. 113–128.
- Kosman Marcin (2019), *Kto jest kim w kondominium? Chwyty perswazyjne i narzędzia retoryczne Grzegorza Brauna*, „Społeczeństwo. Edukacja. Język”, nr 9, s. 47–52.
- Lewandowska Maria (2018), *YouTube jako narzędzie kreowania wizerunku na przykładzie wideobloga Kammel Czanel*, „Media – Kultura – Komunikacja Społeczna”, nr 14, s. 35–50.
- Maciejak Katarzyna (2018), *Youtube w edukacji. Strategie nadawcze wideoblogerów*, Universitas, Kraków.
- Maciołek Marcin (2017), *Promieniowanie K (komputerowe), czyli o oddziaływaniu rzeczywistości informatycznej na polszczyznę*, „Postscriptum Polonistyczne”, nr 1 (19), s. 197–211.
- Mazurkiewicz Barbara Maria (2008), *Wizerunek Leonida Kuczmy na łamach tygodnika „Wprost”, w latach 1994–2004*, „Studia Medioznawcze”, nr 3 (34), s. 11–44.
- Nobis Iwona (2019), *Internet pseudonyms of Polish YouTubers. Their origin, structure and place in the modern anthroponymy system*, „Annales Universitatis Mariae Curie-Skłodowska, sectio FF – Philologia”, nr 2 (37), s. 97–107.
- Secler Bartłomiej (2013), *Książd Józef Tischner jako osobowość medialna*, „Studia Medioznawcze”, nr 4 (55), s. 113–130.
- Starzec Anna (2013), *Styl popularnonaukowy – styl dyskursu popularnonaukowego*, [w:] *Style współczesnej polszczyzny. Przewodnik po stylistyce polskiej*, red. E. Malinowska, J. Nocoń, U. Żydek-Bednarczuk, Universitas, Kraków, s. 71–110.
- Stasiołek Ilona (2012), *Językowy obraz zmagani pisarskich Teodora Parnickiego na podstawie „Dzienników z lat osiemdziesiątych”*, „Język w Komunikacji”, nr 2, s. 111–117.
- Stefan Anna (2019), *Wpływ wypowiedzi polskich youtuberów na kształtowanie się kompetencji językowej u dzieci – zarys problematyki*, „Logopaedica Lodziensia”, nr 3, s. 163–173.
- Szymański Adam (2013), *Wizerunek Steve’a Jobsa*, *Communication Design Magazine*, Vol. 5–6, http://www.cd-magazine.uni.wroc.pl/artukul/wizerunek_steve_jobs/ [dostęp: 15.04.2020].

Wójcik Agnieszka (2019), *Językowe i pozajęzykowe mechanizmy kształtowania pamięci zbiorowej w popularnonaukowym programie „Historia bez Cenzury”, „Stylistyka”, nr XXVIII, s. 247–264.*

Zatorska Agnieszka (2016), *Przydatność analizy semantycznej i składniowej do badań nad tekstem. Wybrane tytuły w słoweńskich tekstach popularnonaukowych, „Studia z Filologii Polskiej i Słowiańskiej”, nr 51, s. 238–250.*

Materiał analityczny

Drewniak Wojciech (2017), *To on – typ pokorny – Tadeusz Rozwadowski*, [w:] tegoż, *Historia Bez Cenzury 2. Polskie koksy*, HBC, Kraków, s. 181–204.

Drewniak Wojciech (2018), *Nieemożliwe? Dajcie to Polakom! – bitwa o Monte Cassino*, [w:] tegoż, *Historia Bez Cenzury 3. Poland first to fight... czyli II wojna światowa*, HBC, Kraków, s. 219–241.

Tekst filmu „Armie na haju”, opublikowanego 19.09.2019 na kanale *Historia Bez Cenzury*, https://www.youtube.com/watch?v=LLdtObjRHrA&t=3s&has_verified=1 [dostęp: 1.06.2020].

METODA STUDIUM PRZYPADKU W BADANIACH KOMUNIKACJI

8.1. Studium przypadku jako metoda badania procesów zachodzących w komunikacji społecznej – *Błażej Filanowski*

<https://doi.org/10.18778/8220-429-2.16>

8.1.1. Wprowadzenie

Studium przypadku to rodzaj empirycznego badania skoncentrowanego na zjawiskach wymagających pogłębionej analizy ze względu na swoją złożoność lub unikalność. Metoda ta może być z powodzeniem stosowana w sytuacji braku odpowiedniego zaplecza teoretycznego, stając się wezwaniem do jego aktualizacji lub ponownego skonceptualizowania (Yin 2015: 48–49). W Stanach Zjednoczonych oraz Europie Zachodniej publikacje opierające się na metodzie studium przypadku są stosowane w wielu dziedzinach nauki. Przekłada się to na różnorodność metodologiczną. Z tego względu badacz komunikacji powinien wypracować własną koncepcję pracy nad przypadkami i podejść krytycznie do wskazówek wiodących metodologów. Ten rozdział ma na celu wskazać, na jakich płaszczyznach należy przemyśleć swoje wybory i w jakich sytuacjach studium przypadku warto jest rozważyć.

Pierwszy wybór, przed jakim staje badacz komunikacji sięgający po metodę studium przypadku, dotyczy sposobu uwzględnienia teorii – czy staje się ona punktem wyjścia, czy pojawia się dopiero w trakcie analizy jako punkt odniesienia. Decyzja w tym zakresie silnie ukierunkowuje kształt kolejnych etapów projektowania studium przypadku (Yin 2015), do których należą: identyfikowanie przypadków (wybór materiału do badań), gromadzenie danych (w tym tworzenie baz lub bazy danych, jej inwentaryzacja i udostępnianie), sposób analizy oraz tworzenie raportu, którego struktura powinna być optymalna dla prezentowanych badań.

8.1.2. Cel metody

Studium przypadku powstało jako metoda dydaktyczna stosowana w nauczaniu konstruowania umów. Zapoczątkowana została w Harvard Law School około 1870 roku, z inicjatywy Christophera Langdella, który pracował ze studentami na

bazie autentycznych, zaczerpniętych z akt sądowych przypadków (Kimball 2009: 84–128). Metoda ta jest stosowana aktualnie w dydaktyce. W przeciwieństwie do metody naukowej „przypadek edukacyjny” służy pogłębionej dyskusji na temat konkretnego zagadnienia. W związku z tym stosowane kryteria mogą zostać uproszczone i częściowo traktowane umownie. W kolejnych dekadach studium przypadku zaczęto stosować w badaniach naukowych mających na celu opisanie indywidualnej sytuacji (np. organizacji, instytucji, osoby, grupy osób) i sposobu działania oraz zidentyfikowanie kluczowych, wyróżniających się problemów, które dany przypadek naświetla – np. przyczyn sukcesu lub porażki danej organizacji. W kontekście komunikacji społecznej sprawdza się w badaniu procesów, które zachodzą w czasie komunikowania, oraz ich efektów – czyli wtedy, gdy naszym celem jest prześledzenie, jak komunikacja zaistniała i jaki wpływ wywarła w kontekście interesującego nas problemu. Jest to więc metoda dobra do badania konkretnych kampanii informacyjnych inicjowanych przez dowolny podmiot. Przykładem może być studium przypadku „powstania Rodneya Kinga” w USA w 1992 roku (Jacobs 1996) odtwarzający wydarzenia i retorykę z nimi związaną na podstawie analizy porównawczej doniesień prasowych głównego dziennika na obszarze metropolitalnym Houston oraz lokalnej prasy afroamerykańskiej społeczności. Kolejnym interesującym przykładem jest studium przypadku odbudowy wizerunku Chorwacji po wojnie na Bałkanach oparte na badaniach terenowych, których autorką jest Lauren Rivera (2008).

Nastawienie na procesualność łączy różnorodne przykłady studiów przypadków, czyniąc je użytecznymi w badaniach sytuacji złożonych, a jednocześnie słabo rozpoznanych. Dlatego początkiem procesu badawczego w *case study*, inaczej niż w przypadku modelu hipotetyczno-dedukcyjnego, nie jest hipoteza, ale pytanie badawcze. Innymi słowy, badacz nie zakłada *a priori* jakiegoś obrazu rzeczywistości. W zależności od charakteru postawionego pytania, badania mogą mieć charakter opisowy, eksploracyjny lub eksplanacyjny (Yin 1981: 41–46).

Studium przypadku jest metodą angażującą głównego badacza lub zespół badaczy na wszystkich etapach: projektowania odpowiedniej metody; zbierania, rozpoznania i wyboru przypadków; analizowania danych; opisu przebiegu badań i wyciągnięcia wniosków (Stake 1995: 42–44). W badaniach nad szeroko rozumianą komunikacją studium przypadku wydaje się dobrym sposobem poznawania m.in. praktyki, relacji między komunikującymi oraz efektywności komunikatu.

8.1.3. Miejsce teorii w projekcie studium przypadku

Decyzja badacza o tym, jakie miejsce w projektowaniu badania zajmą zagadnienia teoretyczne, rzutować będzie na całokształt jego dalszych działań. Wyznaczenia i opisanie wyjściowych założeń, na których opierają się badacze pracujący z metodą studium przypadku, podjął się Hans-Gerd Ridder (2017) w artykule

The theory contribution of case study research designs. Autor wyróżnił cztery wiodące sposoby projektowania studium przypadku, różniące się miejscem teorii w projektowanym procesie badawczym.

8.1.3.1. Bez teorii na początku (*no theory first*)

Pierwszy typ projektowania badania zakłada, że żadna teoria nie stanowi podstawy (*no theory first*), do której badacz lub zespół mają się odnosić. H. G. Ridder jako znaczący przykład argumentacji na rzecz takiego sposobu projektowania przywołuje artykuł Kathleen M. Eisenhardt (1989), dla której kluczowe jest sformułowanie problemu badawczego i ewentualnie określenie potencjalnie ważnych zmiennych, których identyfikowanie może nastąpić na podstawie istniejącej literatury. Badacz zdaniem K.M. Eisenhardt nie powinien na początku przywiązywać wagi do relacji między określonymi przez niego zmiennymi a istniejącymi teoriami. Dopiero po zebraniu danych i ich wstępnej analizie powinien odnieść się do teoretycznych konstrukcji lub rozszerzyć ich ramy.

8.1.3.2. Społeczne konstruowanie rzeczywistości (*social construction of reality*)

Odmienny projekt metodologiczny proponuje Robert E. Stake (1995), odwołując się do tego, co nazywa „społeczną konstrukcją rzeczywistości”. Zgodnie z tym filozoficznym założeniem nie ma wyjątkowego „prawdziwego świata”, który istniałby niezależnie od ludzkiej aktywności umysłowej i języka symbolicznego. Świat jest produktem społecznie i historycznie powiązanych wymian między ludźmi (budownictwo społeczne). Dostęp do rzeczywistości jest zapewniany przez konstrukcje społeczne, takie jak język i wspólne znaczenia. R.E. Stake nie widzi konieczności stawiania na początku pytania badawczego, istotna jest za to ciekawość sprawy lub przypadku, która ułatwia zrozumienie problemu.

Według R.E. Stake’a (1995: 3–4) kierunek studium przypadku zależy od zainteresowania sprawą – wewnętrznego lub instrumentalnego. Gdy zainteresowanie ma charakter wewnętrzny, interesująca jest sama sprawa, a nie budowanie lub weryfikowanie teorii. W instrumentalnym studium przypadku sama sprawa ma drugorzędne znaczenie wobec teorii, która wysuwa się na pierwszy plan.

Studium przypadku wymaga zintegrowanego, całościowego zrozumienia złożoności przypadku. Zarówno *Bez teorii na początku*, jak i *Społeczne konstruowanie rzeczywistości* cechuje koncentracja na zjawisku, a nie na teorii, ponieważ zdaniem metodologów w centrum zainteresowania badaczy stać powinny zjawiska nieznane lub wykraczające poza teorię. Oba sposoby projektowania badania łączy silny nacisk na możliwie pełne zebranie danych i bogaty opis zjawiska. Oba podejścia zakładają, że studium przypadku może stać się pretekstem do powstania nowej teorii.

8.1.3.3. Luki i dziury (*gaps and holes*)

W przeciwieństwie do założenia *no theory first* istniejąca w podejściu określonym przez H.G. Riddera jako „luki i dziury” (*gaps and holes*) teoria jest punktem wyjścia dla projektowania badania studium przypadku. Projekt oparty na teorii może mieć na celu odnalezienie w niej brakujących elementów i ostatecznie przyczynić się do jej rozwinięcia (Ridder 2017). Podejście takie postuluje Robert K. Yin, teoretyk zagadnień *case study*. Według niego przyjęte ramy wyznaczone przez teorię określają pytanie badawcze, kierunek poszukiwania danych i sposób analizy. Co warto podkreślić, zarówno zmienne, jak i pytanie badawcze „jak i dlaczego” mogą być modyfikowane w trakcie pracy. Według H.G. Riddera odśladają się wówczas luki i dziury, które po zidentyfikowaniu w ramach istniejącej teorii zostają „wypełniane” danymi empirycznymi.

Podejście to może służyć zarówno rozwinięciu teorii, jak i przetestowaniu jej. Rozwinięcie teorii odnosi się do zjawisk, które są już częściowo opisane i zrozumiane. Wówczas istniejące konstrukcje teoretyczne są konfrontowane z opisanymi przypadkami. Drugim sposobem może być „testowanie teorii”. Wówczas szuka się przypadku mającego krytyczny potencjał wobec niej. Konfrontując obserwacje i teorię, można wysnuć wyjaśnienie konkurencyjne wobec tego, co sugerowałaby owa teoria.

8.1.3.4. Anomalia (*anomaly*)

Poszukiwanie anomalii jako motor dla projektowania badań postuluje Michael Burawoy (1998). Pytanie badawcze w tej koncepcji wynika z ciekawości i z potrzeby szukania tego, co „interesujące”, „zaskakujące” w sytuacji, której istniejąca teoria nie jest w stanie wyjaśnić. *Anomalia* nie odrzuca teorii, lecz odkrywa, kiedy teoria jest niekompletna. Wówczas ma ona zostać ulepszona poprzez przekształcenie anomalii w nowy wzorzec (Ridder 2017). Pojedynczy przypadek może służyć jako test, który w konsekwencji wskazuje „porażkę” modelu teoretycznego. Poddawane dyskusji jest, kiedy studium przypadku może stać się praktycznym narzędziem pozwalającym na falsyfikację w ujęciu Karla Poppera (Flyvbjerg 2006: 228), która jest procedurą metodologiczną mającą na celu wykazanie fałszywości twierdzenia, hipotezy lub teorii, prowadzącą do ich obalenia.

Konstrukcja badania, które omawiam w niniejszym tomie, opiera się na metodologii „luk i dziur” R.K. Yina. Punktem wyjścia jest teoria performansu i jej paradygmat badawczy (performatyka). Ewa Domańska (2010: 49) zauważa, że współczesne teorie humanistyczne borykają się z problemem aktualności wobec zmieniającej się rzeczywistości oraz rozmijania się ich ze społecznymi oczekiwaniami. Badania oparte na empirycznej podstawie (opisie) w tej sytuacji zyskują istotne uzasadnienie. Projektowane badanie ma dzięki temu potencjał rozwinięcia teorii lub znalezienia w niej brakujących elementów.

8.1.4. Materiał badawczy

Kolejnym etapem jest ustalenie, jakie aktywności będą podejmowane w ramach badania. Do najpopularniejszych aktywności badawczych w ramach studium przypadku Winston M. Tellis (1997) w dialogu z R.K. Yinem zalicza:

- Analizę dokumentacji. Jest ona często pierwszą aktywnością, pomagającą w dyskretny sposób dotrzeć do istotnych informacji.
- Wywiady. Pozwalają dotrzeć do informacji nie uwzględnionych w dokumentacji, pomagają lepiej zarysować sytuację, poznać opinie i uczucia zaangażowanych w nią osób. Porównanie określonej liczby wywiadów może badaczowi odsłonić zupełnie nową perspektywę w porównaniu do pierwszego wrażenia i stereotypowej recepcji zjawiska.
- Bezpośrednią i pośrednią obserwację, czyli uczestniczenie w danym procesie i przyglądanie się mu lub korzystanie z zapisów takich obserwacji.
- Kontakt z fizycznie istniejącymi artefaktami, pozwalający na lepsze zrozumienie zdarzeń i zachodzących w ich wyniku zmian.

Warto w tym miejscu zaznaczyć, że wszystkie wymienione przez W.M. Tellisa aktywności sugerują jakościowy charakter badań. Studium przypadków, wbrew dość rozpowszechnionej opinii, nie jest metodą wyłącznie badań jakościowych. Opierać się ono może zarówno na danych ilościowych, jak i jakościowych. Zdarzają się też badania, które opierają się wyłącznie na danych ilościowych.

Kolejnym wyzwaniem dla badacza jest porządkowanie i organizowanie zebranych materiałów. Pomocne w organizacji materiału i jego analizie może być tworzenie materiałów wizualnych, tabel, wykresów, map myśli – które strukturyzują elementy badania oraz ujawniają dodatkowe powiązania i zależności. Pomaga to przeprowadzić analizę zebranych danych (zarówno ilościowych, jak i jakościowych). Obecnie badacze mają do dyspozycji szereg narzędzi nie tylko teoretycznych, ale i technologicznych: od popularnych bezpłatnych aplikacji pozwalających zarządzać danymi, umieszczać je w chmurze i dzielić się nimi z innymi członkami zespołu po dedykowane nauce oprogramowania jak NVivo.

R.K. Yin (2015: 115–127) proponuje, by używać protokołu studium przypadku, którego celem jest dostarczenie badaczowi wskazówek do gromadzenia danych. Protokół powinien uwzględniać ogólną charakterystykę studium przypadku, procedury gromadzenia danych, pytania stawiane na etapie gromadzenia danych oraz wytyczne dla raportu ze studium przypadku. R.K. Yin wskazuje także główne zagadnienia, które powinny być opisane w ramach procedur gromadzenia danych: nawiązywanie kontaktu z instytucjami lub osobami, które będą udzielały wywiadów, przygotowanie odpowiedniego wyposażenia do badań terenowych, opracowanie procedury korzystania w razie potrzeby z pomocy i wskazówek innych członków zespołu lub kolegów badaczy, sporządzenie klarownego harmonogramu badań oraz zapewnienie rezerw na nieprzewidziane sytuacje, takie jak zmiany dostępności badanych osób czy wahania samopoczucia, nastroju

i motywacji badacza w trakcie pracy oraz zapewnienie ochrony uczestników badania (Yin 2015: 120–121).

Zgromadzone materiały służą badaczowi, ale mogą też być upowszechniane. Dzięki temu uwiarygadniają badanie i mogą stanowić przyczynek do kolejnych. Sam opatrzonej z reguły narracją raport prezentuje zwykle określoną ilość informacji w stosunku do ogółu zebranych danych. R.K. Yin (2015: 155) proponuje tworzenie, oprócz raportu z badania, kompleksowej bazy danych dla studium przypadku. Jej dostępność (np. w postaci załącznika do raportu z badań, linka do bazy dostępnej w internecie) pozytywnie wpływa na zwiększenie rzetelności całego studium przypadku oraz jego postrzegania przez recenzentów i odbiorców. Baza danych może zawierać zestawienie notatek z badań terenowych, dokumentów, materiałów tabelarycznych, materiałów audiowizualnych oraz narracji, które są zbierane i tworzone podczas procesu badawczego.

8.1.5. Sposób analizy

Sposób analizy jest zależny od przyjętego na początku stosunku do teorii. W „społecznym konstruowaniu rzeczywistości” nacisk kładziony jest na dogłębne opisy i całościowe zrozumienie sprawy. Silniejszą orientację na konstrukcję i zmienne oraz metody gromadzenia danych znajdziemy w badaniach wychodzących z założeń „bez teorii na początku” oraz (poszukiwania) „luk i dziur”. Jeszcze inne podejście analityczne prezentują badania sklasyfikowane przez G.H. Riddera jako „anomalia”. To jedyny sposób projektowania studium przypadku, który koncentruje się na dialogu między obserwatorem a uczestnikami badania oraz na tym, jak badania wpływają na rekonstrukcję teorii.

Odnieśmy się do badania określanego jako poszukiwanie „luk i dziur”, w którym istotne znaczenie ma wybrana na wstępie teoria. Analiza wstępna powinna więc referować zagadnienia teoretyczne oraz uwzględniać dostępne dowody oraz wszelkie prawdopodobne interpretacje dotyczące najistotniejszych aspektów studium przypadku (Yin 2015: 200–201). Końcowa analiza koncentruje się na relacji między teorią a danymi. Ewentualne wykazanie braków i luk w teorii musi być uargumentowane – dlaczego wstępna teoria ma zostać rozszerzona lub zmodyfikowana.

Szczególny nacisk w tego rodzaju analizie kładzie się na kwestie związane z poszczególnymi komponentami projektu badawczego, takimi jak: pytania, które stawia sobie badacz (kto, co, gdzie, jak lub dlaczego); założenia badawcze, czyli co należy zbadać; jednostki analizy, czyli przypadki; łączenie danych z założeniami, a także kryteria interpretacji otrzymanych wyników. Następnie należy określić rolę założeń teoretycznych w projektach badawczych oraz kryteria oceny jakości projektów badawczych. Do oceny jakości wszystkich badań empirycznych stosuje się cztery typy testów: trafności konstrukcyjnej, trafności wewnętrznej, trafności zewnętrznej i rzetelności. Testowanie na kolejnych etapach realizowa-

nia badania jest ważne, gdyż weryfikuje przygotowany projekt, co rzutuje na dalsze fazy procesu badawczego.

R.K. Yin (2015: 174–200) wyróżnia pięć technik analitycznych. Pierwsza to „dopasowywanie wzorców”. Polega ona na porównaniu wzorców empirycznych z wzorcami przewidywanymi przed przystąpieniem do zbierania materiałów. Taka analiza potwierdza przypuszczenia badacza lub je weryfikuje. Może również weryfikować założenia teoretyczne, na których badacz się opierał. Druga technika to „budowanie eksplanacji”, które jest formą „dopasowywania wzorców” określającą przypuszczalne związki przyczynowe. Związki te mogą być zbyt złożone, aby zastosować do ich interpretacji ścisłe kryteria, a ich wyjaśnienie może wygenerować interesujące wnioski teoretyczne lub praktyczne. Kolejną techniką jest „analiza szeregów czasowych”, w której badacz koncentruje się na analizie zmiennych zaistniałych w czasie (na przykład zmieniających się danych ekonomicznych czy trendów) i porównuje je, wyciągając z tej relacji wnioski. W technice czwartej – „modeli logicznych” – zdarzenia obserwowane empirycznie w czasie badania są dopasowywane do modelu teoretycznie przewidującego rozwój zdarzeń. Ostatnia technika to „synteza przekrojowa”, stosowana do formułowania wspólnych wniosków z wielu studiów przypadków traktowanych na etapie realizacji badań jako odrębne całości.

Ostateczny kształt prezentacji analizy wymaga przemyślenia kilku dodatkowych czynników. Po pierwsze – zdefiniowania odbiorców i po weryfikacji przeprowadzenia *researchu* w celu odszukania podobnych badań i ujęcia własnego w ich kontekście. Wówczas wyzwaniem jest wybór wystarczającej ilości informacji dla czytelnika, aby zrozumiał on kontekst i miał dostatecznie dużo danych, aby krytycznie ocenić wnioski autora oraz wyciągać własne. R.K. Yin proponuje różne rodzaje konstrukcji narracji takiej analizy. W pierwszej dla poszczególnych przypadków tworzy się osobne narracje, które w porównaniu ze sobą uwypuklają kontrastujące wnioski. Druga to zintegrowane pisanie, pokazujące krzyżowanie przypadków z ogólną analizą opisową. Alternatywą jest brak tradycyjnej narracji, którą zastępuje seria pytań i odpowiedzi.

Literatura

- Burawoy Michael (1998), *The extended case method*, „Sociological Theory”, nr 16, s. 4–33.
- Carlson Marvin (2015), *Performans*, przeł. E. Kubikowska, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Domańska Ewa (2010), *Jakiej metodologii potrzebuje współczesna humanistyka?*, „Teksty Drugie”, nr 1–2, s. 45–55.
- Eisenhardt Kathleen M. (1989), *Building theories from case study research*, „Academy of Management Review”, nr 14, s. 532–550.
- Flyvbjerg Bent (2006), *Five misunderstandings about case-study research*, „Qualitative Inquiry”, nr 12, s. 219–245.

- Jacobs R. N. (1996), *Civil society and crisis: culture, discourse, and the Rodney King beating*, „American Journal of Sociology”, nr 101, s. 1238–1272.
- Kimball Bruce A. (2009), *The Inception of Modern Professional Education C.C. Langdell, 1826–1906*, University of North Carolina Press, Chapel Hill.
- Ridder Hans G. (2017), *The theory contribution of case study research designs*, „Business Research”, October 10, Issue 2, s. 281–305.
- Rivera Lauren A. (2008), *Managing „Spoiled” national identity: War, tourism, and memory in Croatia*, „American Sociological Review”, nr 73, s. 613–634.
- Stake Robert (1995), *The Art of Case Study Research*, SAGE Publications, Inc., Thousand Oaks, California.
- Tellis Winston M. (1997), *Application of case study methodology*, „The Qualitative Report”, nr 3 (3), s. 1–19.
- Yin Robert K. (1981), *The case study crisis: some answers*, „Administrative Science Quarterly”, nr 26, s. 58–66.
- Yin Robert K. (2015), *Studium przypadku w badaniach naukowych. Projektowanie i metody*, przeł. J. Gilewicz, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków.

8.2. Badanie performansu kulturowego jako czynnika wpływającego na selekcję informacji przez media

– *Błażej Filanowski*

<https://doi.org/10.18778/8220-429-2.17>

8.2.1. Wprowadzenie

Przedstawiony fragment badań ma na celu dopełnienie poprzedniego rozdziału poświęconego metodzie, tak by dać czytelnikowi pełniejszy obraz omawianego zagadnienia i możliwość krytycznej oceny doboru metody do konkretnego problemu. Artykuł referuje materiał badawczy zredukowany na potrzeby monografii do jednego przypadku z czterech. Przypadek ten jest jednym z pierwszych działań łódzkich aktywistów o charakterze performansu kulturowego, które pojawia się w lokalnych mediach instytucjonalnych jako istotny news. To sprzężenie lokalnych mediów instytucjonalnych i działań aktywistów z czasem uległo rozluźnieniu w związku z rosnącą rolą mediów społecznościowych.

Niniejszy tekst należy traktować jako zapis z nadal prowadzonych prac, pozwalający jednak na ich częściowe przedstawienie i uogólnienie badanego problemu. Tekst rozpoczyna skrócony opis przypadku, następnie określone zostały zmienne doboru przypadku i miejsce teorii. Na końcu artykułu przedstawiona została skrócona analiza eksplanacyjna.

8.2.2. Skrócony opis performansu „Wolno fotografować”

Wybrany przypadek to zdarzenie spełniające teoretyczne ramy performansu kulturowego, które miało miejsce 17 lipca 2006 roku o godz. 18.15 w centrum Łodzi, przy ul. Wodnej 11/13. Akcja – nieformalnie zatytułowana „Wolno fotografować” – została zainicjowana przez grupę osób poruszonych wydarzeniami opisanymi w artykule *Zamknięta za zdjęcia* (Podolska, Kołakowska 2006a). Tekst, który stał się katalizatorem akcji, napisały dziennikarki „Gazety Wyborczej” – Joanna Podolska i Anna Kołakowska. Opublikowany został on 15 lipca 2006 roku na pierwszej stronie wydania lokalnego i opowiadał historię Stacey Tormy, studentki Youngstown University, która przyjechała do Łodzi wraz z dwojgiem profesorów tej uczelni, przygotowujących warsztaty studenckie dotyczące konserwacji i rewitalizacji zabytków oraz ochrony konserwatorskiej. Zadaniem S. Tormy było rejestrowanie całej wizyty oraz sporządzenie dokumentacji fotograficznej najciekawszych łódzkich zabytków przemysłowych. Studentka zainteresowała się zabytkowym budynkiem przy ulicy Wodnej, obecnie zajmowanym przez Procter&Gamble, właściciela marki Gillette. Przed wykonaniem zdjęć Amerykanka próbowała uzyskać zgodę ochrony budynku należącego do koncernu na fotografowanie wewnątrz obiektu. Kiedy nie uzyskała takiego

pozwolenia, postanowiła zrobić kilka zdjęć budynku z zewnątrz. Wtedy pojawił się ochroniarz, który nielegalnie aresztował ją na krótki, bliżej nieokreślony czas, zamykając na klucz w jednym z pokoiów w chronionym budynku. Następnie jeden z pracowników (mówiący po angielsku) postawił studentce ultimatum: musi wykasować zdjęcia obiektu, aby odzyskać wolność.

Opisana w artykule sytuacja wywołała falę oburzenia na forum gazeta.pl. Wyrażający swoje opinie internauci – fotograficy, fotograficy amatorzy i miłośnicy zabytków – zaczęli artykułować swój sprzeciw, a także opisywać represje, które spotkały ich w innych historycznych miejscach ze strony ochrony egzekwującej kontrowersyjne zakazy fotografowania. Wymieniali się doświadczeniami i strategiami oporu wobec tych działań. Wreszcie wyrażali oburzenie drastycznością środków zastosowanych wobec Amerykanki, wskazując bezprawny charakter interwencji ochrony i szkodliwe efekty takich praktyk dla wizerunku Polski za granicą. Na forum narodziła się inicjatywa organizacji wydarzenia o charakterze *flash mob* [z ang. dosł. błyskawiczny tłum, format akcji polegających na niespodziewanym zebraniu się większej grupy ludzi w miejscu publicznym w celu przeprowadzenia krótkotrwałego zdarzenia, zazwyczaj zaskakującego dla niewtajemniczonych]. Informacja pojawiła się na forum gazety, powstała strona tej inicjatywy¹, ogłoszenia zamieszczały też portale związane z tematyką fotografowania². „Gazeta Wyborcza” włączyła się do promowania akcji, publikując krótki tekst o charakterze informacyjnym pt. *Spotkajmy się pod fabryką Gillette* (2006), promujący spontanicznie zorganizowane wydarzenie.

Performans odbył się na ulicy przed fabryką Gillette i zgromadził (w zależności od źródeł) od kilkunastu do czterdziestu osób z aparatami fotograficznymi. Uczestnicy robili w tym samym czasie zdjęcia obiektu z różnych perspektyw oraz rozdawali przechodniom ulotki o treści: „Chcemy, aby takie sytuacje nigdy więcej się nie powtórzyły. [...] Inwestorzy kupujący zabytkowe łódzkie budynki nie kupują ich historii i nie mają prawa zabraniać fotografowania ogólnie dostępnych miejsc. Przez działania ochroniarzy, takie jak w fabryce Gillette, nieliczni w Łodzi turyści zamiast wspinających wspomnień mają traumatyczne przeżycia” (Podolska, Kołakowska 2006b). Tym razem ochrona nie reagowała. Z budynku firmy zniknął też znak o treści „zakaz fotografowania”. Dzień później, 15 lipca, w lokalnej „Gazecie Wyborczej” pojawił się artykuł J. Podolskiej i A. Kołakowskiej (2006b) pt. *Pozwólcie fotografować zakład!*, który miał charakter relacji z wydarzenia.

Po niespełna miesiącu od wydarzenia „Gazeta Wyborcza” wróciła do tematu, publikując artykuł A. Kołakowskiej (2006) pt. *Łódź bez zakazu*. Artykuł opierał się na doświadczeniach łódzianina eksplorującego swoje miasto w poszukiwaniu zabytków i unikatowych miejsc – Huberta Barańskiego. Bohater tekstu

¹ <http://www.wolno.fotografowac.priv.pl> [dostęp: 17.01.2020].

² [Np. http://fotolodz.blogspot.pl](http://fotolodz.blogspot.pl) [dostęp: 17.01.2020].

opowiadał o swoich problemach z możliwością wejścia na teren wielu istotnych z punktu widzenia historii miasta lokalizacji i fotografowania ich. Zwracał uwagę, że opresyjność w tym zakresie jest uciążliwa dla zainteresowanych historią miasta i jego architekturą. Apelował o zmianę praktyk właścicieli zabytkowych obiektów i uczulenie firm ochroniarskich, aby nie podejmowały interwencji w podobnych sytuacjach. Autorka przytaczała też wypowiedzi prawników, którzy nie znajdowali uzasadnienia dla takich restrykcji w obiektach, które nie są strategiczne dla obronności państwa.

13 września 2006 roku pojawił się kolejny artykuł pt. *Stacey wciąż zachwycona Łodzią* (Podolska 2006), z którego dowiadujemy się, że studentka uzyskuje wysoką ocenę za cykl fotografii wykonanych w Łodzi oraz że pomimo przykrego incydentu Łódź wywarła na niej pozytywne wrażenie. Pojawia się też nowy wątek – temat prezentowanej na wystawie w USA serii fotografii z łódzkimi modelkami na tle przemysłowej architektury. Z artykułu wynika, że Amerykanka robiła zarówno zdjęcia dokumentalne architektury, jak i [później?] inscenizowane zdjęcia z modelkami. Na tym artykule kończy się funkcjonowanie informacji jako newsa [od 17.07.2006 do 13.09.2006]. Opisana sytuacja pojawia się jednak później w publikacjach o charakterze problemowym, dotyczących aktywizmu i tzw. ruchów miejskich w Łodzi.

8.2.3. Cele referowanego badania, zmienne, miejsce teorii

Przedstawiony w rozdziale fragment prac ma na celu zbadanie performansu kulturowego jako czynnika wpływającego na selekcję informacji przez media. Badany jest proces, w którym problem X, wcześniej uznawany przez media za mało atrakcyjny, nieistotny lub trudny do skonceptualizowania, w związku z działaniem o charakterze performatywnym staje się powszechnie dystrybuowany i dyskutowany w przestrzeni medialnej.

W tym kontekście trzy główne pytania badawcze brzmią: 1) jak performans kulturowy wpłynął na dyskusję medialną o problemie? 2) czy (a jeśli tak, to dlaczego) uczynił problem bardziej atrakcyjnym dla odbiorców przekazu medialnego? 3) czy zainicjowana przez performans dyskusja wpłynęła na szerszy społeczny odbiór problemu?

Przypadek „Zakazu fotografowania” został wybrany zgodnie z ustalonymi na etapie projektowania badania zmiennymi, zawężającymi zakres poszukiwań.

Pierwsza techniczna zmienna: obiektem zainteresowania są performanse mające miejsce w Polsce w XXI wieku. Następnie do badania wybierane są performanse: mające potencjał mutacyjny (czyli, zgodnie z teorią performansu kulturowego, wykazujące potencjał społecznej zmiany), wykonywane w przestrzeni publicznej (pozwala to na możliwie intersubiektywny opis), dotyczące problemu, który dotyka określoną zbiorowość (eliminuje to kwestie osobistych problemów i przenosi w obszar wspólny, społeczny) oraz odnotowane w mediach

instytucjonalnych. Konieczność odnotowania (niejednokrotnego) performansu w mediach jest traktowana jako miara skuteczności, wyjścia poza własną „bańkę komunikacyjną”, jaką zapewniają np. media społecznościowe. Zaznaczyć należy, że media społecznościowe są uwzględniane w badaniu, ale tylko jako kontekst w relacji media instytucjonalne – performans.

Teoria jest tu punktem wyjścia do projektowania studium przypadku. Według terminologii proponowanej przez H.G. Riddera podejście to jest bliskie koncepcji poszukiwania „luk i dziury” (*gaps and holes*). W tym konkretnym badaniu wykorzystano teorię performansu kulturowego, rozumianego jako swoista operacja na normach społecznych, zespół działań zdolnych podtrzymywać pewne ustalenia lub je zmieniać (McKenzie 2011: 42).

Pojawienie się samego pojęcia performansu kulturowego przypada na lata 50. XX wieku. Za pionierskie uznaje się badania Milтона Singera (1972) prowadzone w Madrasie. M. Singer wywodził się z chicagowskiej szkoły socjologicznej (antropologicznej) i współpracował z Robertem Redfieldem, badając społeczność tętniącej życiem, jednej z najnowocześniejszych na świecie metropolii. Potrzebował odpowiedniego pojęcia operacyjnego adekwatnego do sytuacji miasta, w którym ogromną rolę odgrywała tradycja, rytuały i wierzenia. Przeprowadził analizę ich roli w negocjowaniu zachodzących w mieście zmian, obserwując wydarzenia społeczne i ceremonie religijne, które klasyfikował w ramach jednego ogólnego pojęcia: performansu kulturowego (Shepherd 2016: 42–43).

Kolejne koncepcje, które wpłynęły na rozwój tego pojęcia, to „dramat społeczny” Victora Turnera (2005) oraz badania nad „teatrem życia społecznego” Ervinga Goffmana (2000). Pojęcie performansu kulturowego stało się jednym z kluczowych w tworzącym się w latach 60. XX wieku nowym paradygmacie naukowym – performatyce. Istotne znaczenie w jej kształtowaniu miały koncepcje filozofa Johna L. Austina (1995), który wykazał, że wypowiedzi językowe, poza aspektem semiotycznym, mają także swój wymiar performatywny: nie tylko nazywają, ale także stanowią akty działania w świecie rzeczywistym. Mają zatem charakter autoreferencyjny – związany ze zdolnością konstytuowania rzeczywistości i jej przemiany. Opierając się na myśli Austina i jej krytycznej percepcji Jacques’a Derridy, Judith Butler (2008) wysnuła koncepcję performatywności płci – ujmując płciowe konstrukcje społeczne jako rodzaj nieustannie odgrywanego performansu.

Podsumowując różne stanowiska widoczne w performatyce, Marvin Carlson opisuje performans kulturowy jako rozmaite trendy, kulturowe, społeczne i intelektualne nurty, zakładające poszukiwanie podmiotowości i tożsamości, ale przede wszystkim stanowiące rodzaj wyzwania dla zastanych sensów (Carlson 2015: 31).

W ramach referowanych badań głównym punktem odniesienia będzie ogólna teoria performansu Jona McKenziego (2011). Jej autor tak definiuje performans kulturowy:

Dziedzina performansu kulturowego obejmuje szeroki zakres aktywności prowadzonych na całym świecie. Należy do tych aktywności teatr – tradycyjny i eksperymentalny; należą różnorakie obrzędy i ceremonie, masowe imprezy w rodzaju parad czy festynów; taniec towarzyski, klasyczny i eksperymentalny; awangardowa sztuka performansu; ustny przekaz literatury (na przykład mowy i odczyty publiczne); ludowe tradycje rapsodyczne czy gawędziarskie (storytelling); praktyki estetyczne życia codziennego takie jak zabawy czy życie towarzyskie; manifestacje i ruchy społeczne (McKenzie 2011: 37–38).

Autor zaznacza, że definicja ta może być uzupełniana, redukowana i poddawana dyskusji. Koncepcja J. McKenziego lokuje performans kulturowy w ramach ogólnej teorii performansu rozumianej jako metamodel sposobu funkcjonowania współczesnego świata. Obejmuje ona trzy pola ludzkiej i pozaludzkiej aktywności: działalność kulturową, organizacyjną i technologiczną. Performans kulturowy jest domeną performatyki, a najważniejszym jego celem jest skuteczność (*efficacy*), performans organizacyjny jest domeną zarządzania performatywnego, a jego celem jest wydajność (*efficiency*), natomiast technologiczny performans jest nakierowany na sprawność (*effectiveness*), osiąganą przez doskonalenie technoperformatywnych procedur. J. McKenzie widzi ich wzajemne związki i sieć relacji, jakie tworzą. W performansach dostrzega dwie tendencje: mutacyjność (nakierowanie na wprowadzanie zmian) i normatywność (utrzymywanie pożądanego stanu). Dostrzega między nimi sprzężenie zwrotne, polegające na tym, że zbyt mocne performowanie w stronę normalizacji sprzyja mutacyjności, a zbyt duże rozchwieianie performansu sprzyja ponownej normalizacji.

W odniesieniu do ram teoretycznych ogólnej teorii performansu rozpatrywane będą badane przypadki. Performanse zostaną przeanalizowane w celu określenia, czy mają mutacyjny charakter wobec problemu poruszanego przez media i czy wzmacniają medialny przekaz, przekształcają go lub lokują inaczej w hierarchii komunikatów.

„Wolno fotografować” można określić jako performans kulturowy zgodnie z definicją McKenziego (2011: 37–38). Ma on potencjał mutacyjny jako konfrontacja amorficznej, spontanicznie zorganizowanej grupy z (normatywną) opresyjną praktyką stosowaną przy ochronie własności międzynarodowej korporacji. Performans był wykonywany w przestrzeni publicznej, są dostępne jego opisy oraz istnieje możliwość dotarcia do uczestników. Dotyczył wyzwania dla określonej zbiorowości – mieszkańców Łodzi, która jako miasto o istotnej funkcji przemysłowej znajduje się w procesie budowania społecznej świadomości dotyczącej wartości swojej historii, struktury urbanistycznej i budownictwa. Performans został sześciokrotnie odnotowany w mediach instytucjonalnych (internetowych i w druku), informacje o nim były też dystrybuowane w blogosferze i na forum internetowym gazeta.pl. Ponadto wydarzenie zostało odnotowane w publikacjach specjalistycznych i naukowych.

8.2.4. Materiał

Podstawę dla opisu i analizy przypadku stanowi zebrana dokumentacja: dotyczące wydarzenia publikacje prasowe z archiwum „Gazety Wyborczej”, artykuły naukowe i popularnonaukowe oceniające wydarzenie z perspektywy czasu, zebrane zrzuty ekranów z blogosfery i forum gazeta.pl.

Relacje (wywiady i opisy z tekstów prasowych i blogosfery) dotyczące jego przebiegu są jednak spójne i pozwalają na jego rekonstrukcję. Prawdopodobnie nie ma zapisu wideo lub audiowideo wydarzenia. W wypadku tego badania szczegółowy przebieg performansu nie jest tak istotny jak jego recepcja przez media – która niewątpliwie zaistniała. Kontakt z fizycznie istniejącymi artefaktami pozwalający na lepsze zrozumienie zdarzeń i zachodzących zmian ogranicza się w tym przypadku do przeanalizowania przestrzeni miasta, w której doszło do incydentu, a potem do performansu.

Wywiady przeprowadzone dotąd z osobami zaangażowanymi, uczestnikami potwierdziły znaczenie performansu choć – co należy zaznaczyć – nie przyniosły odpowiedzi na wiele pytań. Dystans czasowy 14 lat okazał się wpływać znacząco na uzyskanie niektórych informacji. Szczegóły dotyczące zarówno samego wydarzenia, jak i decyzji podejmowanych w owym czasie w redakcji pozostają jednak dziś trudne do zweryfikowania.

Wyjaśnienia wymaga uzasadniona wątpliwość, czy warto w tego rodzaju badaniu sięgać po performans, który miał miejsce wiele lat temu. Kluczowe w wypadku omawianego zdarzenia były potencjalne wnioski z odpowiedzi na pytanie badawcze: czy wywołana przez nie dyskusja medialna wpłynęła na szerszy społeczny odbiór problemu? Wstępna analiza pokazała, że performans ten nie tylko miał istotny wpływ na odbiór jednostkowej sytuacji, ale też sprawił, że relacje w przestrzeni miejskiej rozumianej w kontekście „prawa do miasta” stały się nowym istotnym tematem dla lokalnych mediów. Przypadek ten w kontekście kolejnych performansów pokazuje ewolucję tego rodzaju działań, zmianę roli mediów instytucjonalnych i zmiany w formach przekazu użytych do komunikacji.

8.2.5. Analiza

Przypadek spełnia warunki konieczne, by określić go jako performans kulturowy, i odnosi się do ram teoretycznych, które zakładają społeczną zmianę w sprzężeniu zwrotnym między mutacyjnością a normatywnością. Zagadnieniem analitycznym o charakterze eksploatacyjnym staje się skuteczność tych działań, które w projekcie badań ujęte są jako wzmacniające przekaz, przekształcające go, lokujące go inaczej w hierarchii przekazywanych przez medium komunikatów.

Temat zapoczątkował tekst prasowy krytycznie oceniający zaistniałą sytuację i wskazujący na kontrowersyjny charakter wydarzenia. Sytuacji nie rozładowały osoby odpowiedzialne za komunikację w firmie Procter&Gamble na

terenie Polski, tłumacząc: „Chcielibyśmy się skontaktować z amerykańską fotografką. Nie chcemy, aby ktokolwiek czuł się źle potraktowany przez naszą firmę. Jeżeli doszło do nieprawidłowości, podejmiemy stosowne działania” (Podolska, Kołakowska 2006a).

Brak przeprosin i zapowiedzi weryfikacji dotychczasowej praktyki był jednym z katalizatorów wzburzenia. Reakcja firmy na performans pozostawała mocno niezdecydowana, bazująca na ogólnikowych deklaracjach: „Nie chcemy, aby ktokolwiek czuł się źle potraktowany przez naszą firmę” (Podolska, Kołakowska 2006b).

Jednak już w samym dniu performansu usunięcie widniejącego na ścianie znaku z zakazem fotografowania oraz brak interwencji ochrony świadczyły o zmianie polityki. Sama akcja była formą nieposłuszeństwa wobec restrykcji, a zarazem została tak zorganizowana, że uniemożliwiała ich egzekwowanie bez zaangażowania dużych środków. Firma wizerunkowo stanęła na straconej pozycji: ewentualna interwencja (nieskuteczna lub zaskakująca swoją skalą) byłaby medialną katastrofą, zdjęcie zakazu fotografowania i nieprzeprowadzenie akcji świadczyło o symbolicznym przyznaniu się do błędu.

Kolejny artykuł A. Kołakowskiej (2006) problematyzował zagadnienie szerzej. Traktując wydarzenie na ulicy Wodnej i problemy Barańskiego z fotografowaniem zabytkowych obiektów jako pretekst, Kołakowska zamieściła wypowiedzi przedstawicieli trzech podmiotów stosujących [według relacji Barańskiego] praktykę „ochrony przed fotografami”. Dwie [Politechnika Łódzka i centrum handlowe Manufaktura] na trzy instytucje deklarowały, że wszelkie utrudnienia dla fotografujących były incydentami i że nie stawiają w tej sprawie żadnych barier. Jedynie rzecznik Łódzkich Zakładów Energetycznych wyjaśniał, że zakazywanie fotografowania jest związane ze strategicznym znaczeniem posiadanych przez spółkę budynków. Kołakowska jednak zauważyła, że budynek, o którym była mowa, został wyłączony z użytkowania. Wówczas i w tym przypadku padła deklaracja współpracy z fotografującymi. Artykuł przytaczał też manifest w formie ulotki, który obok krytyki bezprawnej i opresyjnej praktyki podkreślał negatywny wpływ takich działań na wizerunek i gospodarkę miasta. Autorka przytacza ocenę sytuacji przez Barańskiego:

Hubert uważa, że przez nadużywanie zakazu fotografowania najbardziej ucierpi wizerunek Łodzi. – Ja tu mieszkam. Jeżeli ochroniarz mnie przegoni, przyjdę kiedy indziej. Ale turyści są tu czasem jeden dzień. Po takim potraktowaniu wywiozą złe wspomnienia. Sami nie wrócą do Łodzi i nie zachęcą innych do jej odwiedzenia. A turyści przywożą tu pieniądze (Kołakowska 2006).

Publikacja ta dotyczyła też w pewnym stopniu problemu interpretacji prawa własności – na ile zabytkowy budynek jest wartością wspólną, dobrem całego społeczeństwa.

8.2.6. Podsumowanie

Ostateczne wnioski i uogólnienia dotyczące danych empirycznych oraz przeprowadzenie pełnej analizy umożliwiającej wykrycie „luk i dziur” (Ridder 2017) na podstawie wskazówek Roberta K. Yina (2015) możliwe będzie w raporcie z całości badania. Syntetyzując na potrzeby artykułu, warto zaznaczyć następujące wnioski.

Performans przyczynił się do wykreowania oraz podtrzymania „żywności” newsa. Ocena, czy performans wpłynął na awans informacji w redakcyjnej hierarchii newsów, pozostaje bez odpowiedzi – ze względu na odległość czasową i niejednoznaczne wyniki wywiadów, które miały dać odpowiedź na to pytanie. Niemniej kolejne podobne działania aktywistów były od tego momentu coraz częściej relacjonowane w mediach lokalnych (wniosek na podstawie Internetowego Archiwum Gazety Wyborczej i tekstów problemowych na temat łódzkiej grupy aktywistycznej GPO).

Performans przyczynił się do rozszerzenia ujęcia tematu, który ewoluował w kierunku ogólnej refleksji o relacjach w miejskiej przestrzeni. Pod wpływem nieformalnej akcji wydarzenie, które w inicjującym tekście zostało przedstawione jako incydent, jednostkowy przypadek, w kolejnych publikacjach stało się pretekstem do dyskusji nad tym, jak opresyjne praktyki w przestrzeni miejskiej negatywnie wpływają na turystykę, gospodarkę miasta i jego wizerunek, a także nad problemem prawa do miasta (zagadnienia, które rozwinęli na poziomie teoretycznym [kolejno]: Henri Lefebvre, David Harvey (2012), Peter Marcuse).

Skuteczność performansu kulturowego i dystrybucji newsa jest trudna do jednoznacznej oceny w kontekście zmiany praktyki represjonowania za fotografowanie historycznych budynków, choć taka zmiana niewątpliwie z czasem nastąpiła. Badanie to nie ma jednak na celu wymiernego określenia wpływu konkretnego czynnika na zmianę praktyki. Na podstawie zebranych materiałów można natomiast zidentyfikować strategię działania, które rzuca performatywne wyzwanie (Carlson 2015: 31) kontrowersyjnej, opresyjnej i anachronicznej normie. Zmiany kulturowe, które nastąpiły wraz z zakończeniem zimnej wojny i wejściem Polski do grona państw kierujących się wartościami liberalnej demokracji (która wspiera redukcję zbędnej opresyjności), a także logika współczesnego technoperformansu, w którego ramach reprodukowano są miliony cyfrowych obrazów (również satelitarnych), sprawiają, że utrzymywany „zakaz fotografowania” obiektów staje się anachroniczny. Performans „Zakaz fotografowania” stanowił wyzwanie dla tego konfliktogennego, nieefektywnego pod kątem bezpieczeństwa, szkodliwego wizerunkowo dla firm i uderzającego w prawo do miasta zachowania.

Ostatnia uwaga wskazująca na skuteczność performansu dotyczy jego dalekosiężnych konsekwencji, do których zaliczyć należy sformowanie się aktywistycznej sieci nazwanej Grupą Pewnych Osób. Deklarowane przez uczestników

poczucie sensowności działania w ramach performansu skłoniło część aktywistów do powielania wypracowanej wówczas taktyki, polegającej na kreatywnej interwencji będącej źródłem potencjalnego newsa. GPO (działające najintensywniej w okresie od 2007 do 2017 roku) skoncentrowało się na tematach takich jak: estetyka przestrzeni publicznej miasta, zrównoważony rozwój, utrzymanie należytego stanu substancji budynków historycznych, problem wykluczenia społecznego i budowania oraz utrzymywania więzi społecznych i zagadnienie lokalnej tożsamości. Małgorzata Hanzl (2010), odwołując się do Manuela Castellsa (1982), zalicza GPO do organizacji, które przy wykorzystaniu dostępnych mediów i – za ich pośrednictwem – wsparcia lokalnej społeczności zwracają uwagę na problemy, które są przedmiotem ich krytyki, wykorzystując „w maksymalny sposób dostępne możliwości komunikacji i mobilizacji w nowym paradygmacie technologicznym”. Jak zauważa Hanzl (2010), GPO stanowi ruch miejski, formę organizacji będącej nieodłącznym elementem funkcjonowania społeczeństwa demokratycznego w warunkach rozwoju technologii informacyjnych. Tak ujęty temat relacji w przestrzeni miasta był wcześniej w bardzo ograniczony sposób podejmowany przez lokalną prasę, a omawiany performans stał się przełomem, który zainicjował współpracę między mediami instytucjonalnymi a aktywistami.

Analiza dotyczących problemu „prawa do miasta” performansów kulturowych z lat 2018–2020 wskazuje, że zaistniałe relacje między podmiotami komunikacji uległy przekształceniu. Obecnie performanse w pierwszej kolejności są komunikowane za pomocą mediów społecznościowych, a media instytucjonalne podążają za wyznaczanymi przez nie trendami. Relacjonując wydarzenia, tworząc z zamieszczanych w nich komunikatów newsy w swojej „bańce informacyjnej”, niekiedy komentując krytycznie stawiany problem, konfrontując go z różnorodnymi opiniami.

Kolejna ważna zmiana między rokiem 2006 a latami 2018–2020 to rola materiału wizualnego/audiowizualnego. W 2006 roku to wciąż informacja tekstowa była kluczowa, a wszelkie materiały wizualne i audiowizualne miały poboczne znaczenie. Świadczy o tym (prawdopodobny) brak rejestracji samego wydarzenia w formie audiowizualnej. Obecnie materiał wizualny/audiowizualny stanowi element kluczowy w dystrybucji komunikatu w mediach społecznościowych i ważny w dystrybucji newsa przez media instytucjonalne.

Literatura

- Austin John L. (1993), *Mówienie i poznawanie. Rozprawy i wykłady filozoficzne*, przeł. B. Chwedeńczuk, Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warszawa.
- Butler Judith (2008), *Uwikłani w płęć*, przeł. K. Krasuka, Wydawnictwo Krytyki Politycznej, Warszawa.
- Carlson Marvin (2015), *Performans*, przeł. E. Kubikowska, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.

- Castells Manuel (1982), *Kwestia miejska*, przeł. B. Jałowiecki, J. Piątkowski, Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warszawa.
- Gnacikowska Wioletta, Jagiełło Michał (2008), *Bo to miasto jest nasze*, „Wyborcza.pl – Duży Format”, <https://wyborcza.pl/duzyformat/1,127290,5337418> [dostęp: 11.12.2019].
- Goffman Erving (2000), *Człowiek w teatrze życia codziennego*, przeł. H. Datner-Śpiewak, P. Śpiewak, Wydawnictwo KR, Warszawa.
- Hanzl Małgorzata (2010), *Łódzka Grupa Pewnych Osób – czyli o rozwoju postaw obywatelskich i ich wpływie na ewolucję procesu planowania przestrzeni*, https://www.researchgate.net/publication/326773710_Grupa_Pewnych_Osob_czyli_o_rozwoju_postaw_obywatelskich_i_ich_wplywie_na_ewolucje_procesu_planowania_przestrzeni [dostęp: 11.12.2019].
- Harvey David (2012), *Bunt miast. Prawo do miasta i miejska rewolucja*, przeł. A. Kowalczyk, M. Wiktor, M. Mikulewicz, M. Szlinder, Fundacja Bęc Zmiana, Warszawa.
- Jankowska Agata (2009), *Łódź społecznikiem stoi*, <https://publicystyka.ngo.pl/lodz-spolcznikiem-stoi> [dostęp: 17.01.2020].
- Kołąkowska Anna (2006), *Łódź bez zakazu*, „Gazeta Wyborcza Łódź”, nr 190, wydanie z dnia 16.08, s. 2.
- McKenzie Jon (2011), *Performuj albo... Od dyscypliny do performansu*, przeł. T. Kubikowski, Universitas, Kraków.
- Podolska Joanna (2006), *Stacey wciąż zachwycona Łodzią*, „Gazeta Wyborcza Łódź”, nr 214, wydanie z dnia 13.09, s. 2.
- Podolska Joanna, Kołąkowska Anna (2006a), *Zamknięta za zdjęcia*, „Gazeta Wyborcza Łódź”, nr 164, wydanie z dnia 15.07, s. 1.
- Podolska Joanna, Kołąkowska Anna (2006b), *Pozwólcie fotografować zakład!*, „Gazeta Wyborcza Łódź”, nr 166, wydanie z dnia 18.02, s. 1.
- Ridder Hans G. (2017), *The theory contribution of case study research designs*, „Business Research”, October 10, Issue 2, s. 281–305.
- Schechner Richard (2006), *Performatyka. Wstęp*, przeł. T. Kubikowski, Ośrodek Badań Twórczości Jerzego Grotowskiego i Poszukiwań Teatralno-Kulturowych, Wrocław.
- Shepherd Simon (2016), *The Cambridge Introduction to Performance Theory*, Cambridge University Press, Cambridge.
- Singer Milton (1972), *When A Great Tradition Modernizes: An Anthropological Approach To Indian Civilization*, Praeger Publishers, New York.
- Spotkajmy się z aparatami pod Gillette!* (2006), „Gazeta Wyborcza Łódź”, nr 165, wydanie z dnia 17.07, s. 1.
- Turner Victor (2005), *Gry społeczne pola i metafory. Symboliczne działanie w społeczeństwie*, przeł. W. Usakiewicz, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków.
- Yin Robert K. (2015), *Studium przypadku w badaniach naukowych. Projektowanie i metody*, przeł. J. Gilewicz, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków.

INDEKS RZECZOWY

A

akt mowy 94, 97, 100, 101, 103–105,
115–119, 150, 203, 205, 207, 208,
220, 222, 224, 225, 239, 241, 242
analiza 8–11, 15–22, 24–27, 29, 31, 36,
37, 47, 50, 52, 53, 55–57, 59, 61–63,
65, 66, 68–73, 78, 80–82, 85, 87, 91,
93–95, 97, 99, 105, 108, 111–114,
116, 123, 124, 126–128, 152, 154,
155, 157, 159–162, 164–166, 168,
175, 177, 178, 180, 181, 184, 185, 187,
188, 193, 198, 203–207, 209–211,
213–215, 217–229, 235–239, 241–
243, 245, 247, 249–265, 268–274,
276–278, 280, 282–285, 287, 289,
292, 297, 302, 304, 305, 307, 309–
315, 317, 320, 322, 324, 325
analiza dyskursu 11, 203, 205–208, 210,
214, 218, 219, 223–226, 235, 236,
253–258, 263, 264, 274, 277, 280
analiza przypadku 314, 322
argumentacja 9, 16–18, 21, 25–28, 31,
35, 37, 38, 40–43, 57, 59–63, 71, 72,
80, 83, 85, 124–126, 155, 166, 207,
209, 242, 311
artykuł publicystyczny 20, 25, 36–38, 46,
52, 106, 114

B

badania empiryczne 11, 255, 276, 279,
281, 309, 312, 314
badanie wizerunku 11, 253–255, 257,
261, 262, 265, 274, 276, 277–281

C

case study 11, 168, 169, 172, 174, 259–
262, 275, 281, 310–312, 315, 316, 326

D

dokument 8, 10, 18, 28, 29, 58–60, 64,
65, 71, 76, 78–80, 82–84, 87, 88, 177,
179, 181–185, 187, 190, 191, 193,
194, 198, 213, 217, 299, 314
dyskurs 9–11, 17, 23, 28, 29, 34, 50, 51, 59,
60, 88, 89, 92–94, 102, 104, 107, 108,
112, 114, 121–128, 154, 155, 178, 185,
203–211, 213, 214, 216–229, 234–237,
239, 243, 245, 247, 250–259, 261–268,
270–274, 276–278, 280, 283–286, 295,
297–299, 302, 305, 306
dyskurs polityczny 10, 34, 50, 203–205,
216, 219, 221, 227, 229, 251, 329
dziedziny retoryki – *inventio, dispositio,*
elocutio, memoria, actio 21, 25, 27,
61–63, 71–76, 78, 80, 81, 87

E

eksperyment 10, 11, 57, 109, 165, 167, 168,
174, 175, 253, 257, 264, 285, 321, 330
eksperyment radiowy 162, 168, 174

F

fakt 10, 17, 20, 24, 34, 35, 42, 51, 55–57,
69, 96, 146, 158, 160, 166, 177–179,
181, 184, 185, 187–191, 193, 194,
196, 198, 203, 204, 231, 238, 239, 242,
291, 292, 300

feature 162, 164, 169, 175, 177, 187, 193,
194, 198
fikcja 87, 159, 169, 177, 179, 181–183,
185, 194, 198
film dokumentalny 9, 55, 56, 59, 61,
66–73, 78, 81, 85, 87

G

gatunek 10, 17, 25, 36, 55, 56, 59, 65, 66,
68, 70, 81, 88, 94–116, 120, 122, 124,
125–129, 131–134, 137, 146, 149–
151, 154, 155, 157, 162, 165–168,
173, 175, 177–181, 187, 194, 215,
216, 266
gatunek publicystyczny 17, 36, 102, 120
genologia 9, 10, 20, 30, 53, 68, 95, 96,
98–101, 103–105, 107, 110, 112, 121,
122, 124, 126, 127, 151, 152, 154, 157,
177, 186, 187
gramatyka komunikacyjna 10, 91, 92,
94, 105, 106, 108, 110, 113, 118, 122,
123, 128, 129, 151, 154, 185, 204, 205,
207–210, 213, 215, 219, 220, 222,
226, 239, 250

K

kadrowanie 61, 82
komentarz 20, 23, 25, 27, 28, 32, 35–38,
42, 46, 47, 49, 51, 60, 65, 87, 106,
114–116, 147, 150, 193, 194, 215, 216
komunikacja społeczna 7, 12, 226, 227,
250, 251, 260, 277, 288, 289, 309, 310
komunikat 39, 60, 61, 66, 70, 91, 93–98,
101, 106, 108, 110, 112–116, 118,
121, 122, 128, 130, 131, 137, 152,
154, 158, 196, 197, 207, 215, 226,
253–257, 283, 310, 325
komunikatywizm 91, 93, 94, 105, 108,
111, 112, 116–118, 127, 132, 146,
152, 274
komunikowanie 11, 12, 57, 121, 161, 210,

227, 253, 255, 256, 258, 262–265,
269–275, 282–284, 286, 292–294,
296–298, 303–305, 310, 325

kreacyjność 10, 180, 187, 193

M

metoda krytyczna 10, 157, 159, 162, 166,
168
metoda retoryczna 17–19, 21, 28, 29, 50,
59, 70, 71, 124
montaż 10, 58, 61–64, 73, 77, 78, 80,
81, 157, 162, 165, 169, 174, 175, 178,
182–184, 187–198
mówienie 123, 150, 154, 226, 255, 257,
283, 304, 325

N

narracja 16, 18, 19, 58, 60–64, 72, 75,
83, 84, 87, 125, 164, 166, 170–172,
177–180, 182, 184, 185, 187–194,
197, 255, 285, 301, 303, 304, 314, 315

O

ograniczenie 17, 47, 61, 62, 71, 81, 109,
115, 116, 122, 127, 131, 161, 182, 204,
212, 223, 230, 233, 234, 237, 244, 247,
248, 272–274, 286
operatory ideacyjne 94, 108, 113, 114,
119, 123, 127, 128
operatory interakcyjne 94, 108, 115–118,
123, 127, 208, 241
operatory organizacji dyskursu 94, 108,
121, 123

P

podmiot retoryczny 72, 81, 82
poziomy komunikacyjne gatunku 94,
105, 108, 112, 121, 122, 127, 128, 149,
154
procesualność 99, 310
profil ideologiczny 10, 203, 213, 218, 219,
222, 223, 234, 235, 238, 246, 247, 250

publicystyka 16, 17, 20, 24–26, 35–38,
46, 49–52, 65, 87, 102, 106, 114, 116,
117, 120, 126, 142, 146, 153, 181, 215,
216, 223, 277, 279, 326

R

reportaż 9, 10, 20, 22, 55–69, 72, 74,
80–82, 85, 87, 89, 104, 162–165, 168,
169, 171, 177–182, 184, 186–195,
197–199
reportaż artystyczny 56, 60, 61, 64, 65,
68, 71, 162, 165, 168, 169, 193
reportaż telewizyjny 9, 55–58, 60, 61, 64,
65, 67, 89
retoryka 9, 15–19, 21, 24, 27–29, 52, 57,
58, 61–63, 65–67, 71, 72, 88, 124–
126, 155, 228, 252
rhetorical criticism (krytyka retoryczna)
15, 16, 18, 19, 28–30, 88

S

sądy oceniające 208, 209, 240
scenariusz genologiczny 10, 105, 108,
109, 111–114, 116–123, 127, 128,
132, 133, 137, 142, 146, 148–154
słuchowisko 10, 57, 157, 162, 163,
166–169, 171–188, 190, 193–198
słuchowisko eksperymentalne 10, 168,
172
studium przypadku (patrz. *case study*)

T

technika badawcza 8, 125, 126, 177, 178,
180, 198, 278
tekst kultury audiowizualnej 57–59,
61–63, 65
topika 60, 63
triangulacja 11, 253, 280

W

wizerunek 9, 10, 11, 218, 220, 223, 234,
238, 253–255, 257–292, 302–306,
310, 318, 323, 324
wypowiedź 9, 11, 19–21, 23, 25, 26, 28,
29, 31, 35, 37, 42, 43, 45, 47, 49, 56–62,
64–66, 72, 74, 77, 79, 84, 87, 91–96, 98,
100–108, 111, 112, 114–117, 119–126,
128–132, 136, 137, 147, 150, 154, 155,
158, 164, 172, 173, 183, 189–193, 196,
203, 205, 206, 207, 209, 210, 213–220,
223, 224, 226, 227, 234, 236–238,
241–243, 245, 250, 251, 253–263,
265–268, 271–273, 275, 281–292,
295–297, 301–306, 319, 320, 323

Z

zmiana 7, 17, 20, 27, 35, 42, 46, 50, 56,
70, 95–97, 99, 111, 112, 118, 121, 130,
131, 134, 136, 139, 150, 157, 162, 203,
206, 211, 218, 237, 245, 258, 273, 277,
313, 319–325

NOTY O AUTORACH

Joanna Bachura-Wojtasik – dr, adiunkt w Katedrze Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej Uniwersytetu Łódzkiego. Podstawą jej zainteresowań badawczych są artystyczne gatunki radiowe. Interesuje ją również współczesna kultura – jej przemiany, właściwości, funkcje oraz odmiany dziennikarstwa specjalistycznego (mody, *lifestyle’owe*, podróżnicze). Pełni funkcję sekretarza ds. numerów dziennikarskich kwartalnika „Acta Universitatis Lodzensis. Folia Litteraria Polonica”. Autorka monografii *Odsłony wyobraźni. Współczesne słuchowisko radiowe* (Toruń 2012) oraz współautorka książek *Dwa Teatry. Studia z zakresu teorii i interpretacji sztuki słuchowiskowej* (Toruń 2011) i *Brzmienie Holocaustu. O reprezentacjach Zagłady w sztuce radiowej* (Łódź 2020).

Anna Barańska-Szmitko – dr, adiunkt w Katedrze Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej Uniwersytetu Łódzkiego. Interesuje się sposobami komunikowania wizerunku na poziomie werbalnym w różnych dyskursach, determinowaniem możliwości kreowania wizerunku przez rodzaj dyskursu, a także samą analizą dyskursu w różnych jej odsłonach i metodologią badania komunikacji. Preferuje w swoich badaniach połączenie metod badań społecznych z lingwistycznymi. Ostatnio bliżej przygląda się wizerunkowi werbalnemu i multimodalnemu youtuberów popularyzujących historię na kanale YouTube. Autorka monografii *Wizerunek felietonisty i sposoby jego werbalnego komunikowania* (Łódź 2018) oraz *Wpływ słowa i obrazu na wizerunek felietonisty* (Łódź 2018).

Błażej Filanowski – mgr, doktorant, pracuje w Katedrze Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej Uniwersytetu Łódzkiego. W swojej pracy naukowej skupia się na problemie performansu kulturowego jako impulsu transformującego miasto.

Anita Filipczak-Białkowska – dr, adiunkt w Katedrze Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej Uniwersytetu Łódzkiego, studentka IV roku psychologii, pasjonatka rozmów ze studentami. Zajmuje się badaniem komunikacji społecznej. Zainteresowania naukowe koncentruje wokół zagadnień wywierania wpływu na odbiorcę: szczególnie zajmuje ją badanie przejawów ideologii w dyskursie politycznym oraz wywoływanie zaciekawienia odbiorcy w internetowych przekazach dziennikarskich. Autorka monografii pt. *Manifestowanie orientacji ideologicznej w dyskursie politycznym* (Łódź 2018) oraz artykułów.

Natalia Kowalska-Elkader – dr, adiunkt w Katedrze Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej Uniwersytetu Łódzkiego. Radioznawczyni, zajmuje się genologią radiową ze szczególnym uwzględnieniem artystycznych i eksperymentalnych audycji radiowych. Interesują ją formy synkretyczne, gatunki pograniczne, łączące elementy dokumentalne i fikcyjne. Autorka dwóch monografii: *Historie eksperymentalne. Szkice o gatunkach radia artystycznego* (Łódź 2020) oraz *Forma i treść. Polski i zagraniczny feature radiowy oraz jego odmiany gatunkowe* (Łódź 2019).

Rafał Siekiera – dr, adiunkt w Katedrze Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej Uniwersytetu Łódzkiego. Zajmuje się przede wszystkim zagadnieniami związanymi z genologią lingwistyczną, dziennikarstwem sportowym (głównie w ujęciu genologicznym), gramatyką komunikacyjną. Do jego najważniejszych publikacji należą monografie: *Punkt widzenia w metaforze dziennikarzy sportowych. Modele metaforyczne i pryzmaty konceptualne* (Łódź 2014), *Początki polskiej publicystyki sportowej w ujęciu genologicznym. „Przegląd Sportowy” w latach 1921–1925* (Łódź 2016), *Zawód: dziennikarz/komentator sportowy* (Łódź 2016, we współautorstwie z dr. Przemysławem Szewsem).

Kinga Sygizman – dr, adiunkt w Katedrze Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej Uniwersytetu Łódzkiego. Jej naukowe rozważania dotyczą języka artystycznych form radiowych, narracji tych przekazów, relacji między autorem a bohaterem opowieści dźwiękowej (autonarracja bohatera). Inspiracją dla badaczki są wybrane wątki z zakresu filozofii, psychologii i teorii literatury. Autorka prac naukowych z zakresu teorii przekazów radiowych, głównie reportażu radiowego, w tym monografii *Reportaże radiowe o krzywdzie i cierpieniu* (Łódź 2011). Od 2015 roku uczestniczy w projektach związanych z tworzeniem audiodeskrypcji dla osób słabo widzących lub niewidomych.

Monika Worsowicz – dr hab., prof. UŁ, pracuje w Katedrze Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej Uniwersytetu Łódzkiego. Jej zainteresowania naukowe skupiają się wokół prasoznawstwa, retoryki, gatunków dziennikarskich, edytorstwa prasowego. W ostatnich latach publikuje głównie artykuły naukowe poświęcone dziennikarstwu poradnikowemu. Autorka m.in. monografii *O „duchu stowsowności”. Teoria retoryczna a współczesna praktyka medialna* (Łódź 2013).