

POLSKA AKADEMIA UMIEJĘTNOŚCI

# ROCZNIK MEDIOZNAWCZY

Tom II

pod redakcją  
Krzysztofa Kaszewskiego



Kraków 2023

**ROCZNIK**  
**MEDIOZNAWCZY**

POLSKA AKADEMIA UMIEJĘTNOŚCI

# ROCZNIK MEDIOZNAWCZY

TOM II

POD REDAKCJĄ  
KRZYSZTOFA KASZEWSKIEGO



KRAKÓW 2023

## Rocznik Medioznawczy

### Recenzenci tomu II:

Dr hab. Danuta Kępa-Figura, prof. ucz.  
*Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie*

Dr hab. Marek Kochan, prof. ucz.  
*Uniwersytet SWPS*

Dr hab. Agnieszka Mikołajczuk  
*Uniwersytet Warszawski*

Prof. dr hab. Bernadeta Niesporek-Szamburska  
*Uniwersytet Śląski w Katowicach*

Prof. dr hab. Bogusław Skowronek  
*Uniwersytet Pedagogiczny im. Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie*

Dr hab. Anna Tabisz, prof. ucz.  
*Uniwersytet Opolski*

Prof. dr hab. Maria Wojtak  
*Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie*

### Rada Naukowa:

Leszek Bednarczuk – *Polska Akademia Umiejętności*  
Ireneusz Bobrowski – *Uniwersytet Jagielloński w Krakowie*  
Lilija R. Duskajewa – *Państwowy Uniwersytet w Sankt Petersburgu*  
Michał Drożdż – *Uniwersytet Papieski Jana Pawła II w Krakowie*  
Ignacy S. Fiut – *Akademia Górniczo-Hutnicza w Krakowie*  
Marek Jachimowski – *Uniwersytet Śląski w Katowicach*  
Andrzej Kastory – *Polska Akademia Umiejętności*  
Danuta Kępa-Figura – *Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie*  
Ryszard Filas – *Uniwersytet Jagielloński w Krakowie*  
Lilla Moroz-Grzelak – *Instytut Sławistyki Polskiej Akademii Nauk*  
Michael Roither – *Uniwersytet Nauk Stosowanych w Burgenlandzie*  
Marek Ruskowski – *Uniwersytet Jana Kochanowskiego w Kielcach*  
Maria Wojtak – *Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie*  
Kazimierz Wolny-Zmorzyński – *Uniwersytet Śląski w Katowicach*  
Snežana Venovska-Antevska – *Uniwersytet Świętych Cyryla i Metodego w Skopju*

Redaktor naczelny:

Maciej Kawka

Redaktor tomu II:

Krzysztof Kaszewski

Redakcja językowa:

Krzysztof Kaszewski

Skład i łamanie

Mikołaj Bajew

ISSN 2657-7003

© Copyright by Polska Akademia Umiejętności and Authors

Kraków 2023

# Spis treści

*Od redaktora tomu*.....6

Maciej Kawka

*Wspomnienie o Profesor Sneżanie Venovskiej-Antevskiej (1959-2020)*.....7

## Artykuły

Wojciech Kajtoch

*Leksykalna ilościowa analiza zawartości jako technika badania języka prasy*.....8

Krzysztof Kaszewski

*Profilowanie w autoobrazowaniu mediów. Analiza porównawcza języka serwisu informacyjnego Programu Trzeciego Polskiego Radia w latach 2014-15 i 2020-21*.....37

Magdalena Ślawska

*O świadomości gatunkowej – wokół mediolingwistycznego modelu badań kompetencji nadawczych*.....56

Magdalena Trysińska

*Kapitał kulturowy a konceptualizacja tekstów medialnych przez uczniów szkół średnich*.....69

Jacek Wasilewski, Mateusz Patera

*Fakty, emocje, narracje prasowe w sytuacji zagrożenia: przypadek konfliktu krymskiego w publicystyce w lutym i marcu 2014 roku*.....88

## Recenzje

Artur Piskorz

*Kłopoty z (nie)pamięcią. Recenzja książki Olgi Wesółowskiej „Poszukiwanie tożsamości w kraju (nie)pamięci. O dokumentalnej twórczości Ruth Beckermann”* .....110

## Sprawozdania

Magdalena Pataj

*Sprawozdanie z konferencji naukowej „Współczesne Media 13: Dziennikarstwo jakościowe” (Lublin, 27-28 kwietnia 2022 r.)*.....114

**Abstrakty, noty o autorach i autorkach**.....119

# Od redaktora tomu

Przed Państwem drugi tom „Rocznika Medioznawczego”, włączający się w obchody jubileuszu 150-lecia Polskiej Akademii Umiejętności. Tom otwiera wspomnienie o Profesor Snejżanie Venovskiej-Antevskiej autorstwa przewodniczącego Komisji Medioznawczej Macieja Kawki, który w imieniu Komisji i Akademii żegna wieloletnią Członkinię, wybitną uczoną i wspaniałego człowieka.

Dział Artykuły przynosi pięć studiów naukowych, reprezentujących różne problemy i metodologie badawcze. Znakomicie odzwierciedla to bardzo szerokie spektrum tematyczne nauk o komunikacji społecznej i mediach, jak też zainteresowań badaczy i badaczek skupionych w i wokół Komisji Medioznawczej PAU.

Wojciech Kajtoch prezentuje w swoim artykule podstawowe założenia leksykalnej ilościowej analizy zawartości prasy, a następnie na licznych przykładach ukazuje jej działanie i uzyskiwane efekty. Krzysztof Kaszewski przedstawia, jak można badać medialne obrazowanie rzeczywistości za pomocą narzędzi związanych z badaniami językowego obrazu świata – przy użyciu koncepcji profilowania pojęć zbadano, jak z upływem lat (nie) zmieniło się samoobrazowanie Programu III Polskiego Radia. Artykuł Magdaleny Ślawnickiej dotyczy celów i metod badania świadomości gatunkowej, którą badaczka ukazuje w dwóch perspektywach: normatywnej i komunikacyjno-dyskursywnej. Zaprezentowany model może służyć w praktyce do analizowania kompetencji nadawczych autorów tekstów. Studium Magdaleny Trysińskiej sytuuje się na pograniczu nauk o mediach, pedagogiki, językoznawstwa, kulturoznawstwa i socjologii. Autorka ukazuje prace pisemne uczniów szkół ponadgimnazjalnych jako narzędzie pozwalające diagnozować kapitał społeczny i kompetencje medialne młodzieży: bada, jakie teksty medialne uczniowie przywołują w swoich rozprawkach i w jaki sposób to robią. Ostatnia w tomie praca, autorstwa Jacka Wasilewskiego i Mateusza Patery, to analiza typów narracji i schematów w narracjach (podstawowe elementy: bohater, cel, antagonist, wsparcie, beneficjent). Przedmiotem analiz stały się narracje w polskiej publicystyce prasowej roku 2014, dotyczące ówczesnych wydarzeń na Krymie i jego aneksji.

W niniejszym tomie „Rocznika” debiutują ponadto działy: recenzyjny i sprawozdawczy. Pierwszą w historii naszego periodyku recenzję przygotował Artur Piskorz, a dotyczy ona wydanej w 2022 r. pracy Olgi Wesołowskiej poświęconej twórczości Ruth Beckermann, mało znanej w Polsce austriackiej dokumentalistki. Z kolei działalność Sprawozdań inauguruje Magdalena Pataj, omawiając kolejną konferencję z szacownego lubelskiego cyklu Współczesne Media, poświęconą w 2022 r. dziennikarstwu jakościowemu.

**Z życzeniami owocnej i przyjemnej lektury**

**Krzysztof Kaszewski**

**Maciej Kawka**

*Komisja Medioznawcza Polskiej Akademii Umiejętności*

ORCID: 0000-0001-7875-4767

## **Wspomnienie o Profesor Sneżanie Venovskiej-Antevskiej (2 VII 1959 – 24 XI 2020)**

24 listopada 2020 roku odeszła prof. dr Sneżana Venovska-Antevska, Członkini Komisji Medioznawczej PAU, Komisji Środkowoeuropejskiej PAU oraz Rady Naukowej „Rocznika Medioznawczego PAU”, nasza Droga Koleżanka, wybitna uczona i wspaniały człowiek. Zawsze darzyła wielką sympatią Polskę, a Polacy byli bliscy Jej sercu.

Sneżana Venovska-Antevska była profesorem zwyczajnym w Instytucie Języka Macedońskiego im. K.P. Misirkova w Skopje (Republika Północnej Macedonii). Autorka ponad 200 publikacji naukowych. W swojej bogatej pracy naukowej była promotorem kilku krajowych i międzynarodowych projektów badawczych. Od wielu lat współpracowała z Polską Akademią Umiejętności i Uniwersytetem Jagiellońskim, brała udział w wielu konferencjach naukowych oraz publikowała w wydawnictwach PAU i UJ. Współorganizowała XIV Międzynarodowy Kongres Słowistów w Ochrydzie w roku 2008.

Prof. Sneżana Venovska-Antevska pozostawiła trwałe i niezatarte ślady nie tylko w nauce o języku macedońskim, sławistyce i medioznawstwie, ale przede wszystkim w sercach tych, którzy mieli zaszczyt być Jej współpracownikami i przyjaciółmi.



**Wojciech Kajtoch**

*Uniwersytet Jagielloński w Krakowie*

ORCID: 0000-0003-3000-2384

## **Leksykalna ilościowa analiza zawartości jako technika badania języka prasy**

Ilościowa analiza zawartości (dalej IAZ) jest (jak sądzę po ponad dwudziestu pięciu latach prasoznawczych doświadczeń, a jakichś pięćdziesięciu – świadomego obcowania z polskimi mediami) zawsze koniecznym, pierwszym etapem badania każdego strumienia komunikatów medialnych. Czy to numerów gazety, czy programu telewizyjnego, czy też kolejnych edycji strony WWW.

### **Najkrótsza historia klasycznej postaci IAZ**

Metoda ta ma już lat ponad siedemdziesiąt, a autorstwo jej dojrzałej postaci przypisuje się: Paulowi Felixowi Lazarsfeldowi (1901–1976) oraz Bernardowi Reubenowi Berelsonowi (1912–1979). Ten drugi zdefiniował ją tak: „analiza treści jest techniką badawczą mającą na celu obiektywny, systematyczny i ilościowy opis jawnej treści informacji”<sup>1</sup>, która „powinna odznaczać się czterema cechami: 1. Musi uwzględniać tylko syntaktyczne i semantyczne elementy przekazu, 2. Musi być obiektywna, 3. Musi być systematyczna, 4. Musi być ilościowa”<sup>2</sup>. Czas nie unieważnił żadnego z punktów tej skromnej formuły, może poza wymogiem systematyczności. Za pionierskich czasów nie było takich możliwości przechowywania źródeł i danych, jakie stwarza dzisiejsza technika informatyczna i (teoretycznie rzecz biorąc) jeśli się chciało zbadać np. rozwój ideowych tendencji i tematycznych treści publikowanej w jakimś czasopiśmie w ciągu 10 lat, trzeba było zasadniczo co roku (ewentualnie przestrzegając jakiegoś innego, stałego interwału) badać to czasopismo na próbie o raz ustalonej wielkości, tak samo pobieranej i koniecznie takim samym sposobem analizowanej. Dziś można taki strumień danych przechować i w stosownej chwili pobrać z niego próby i je zanalizować<sup>3</sup>. Aż dziw bierze, że mało kto (jeśli ktokolwiek) dziś w Polsce takie badania robi...

- 1 B. Berelson, *Analiza treści*, [w:] *Teoria i metodologia badań nad prasą za granicą (przekłady)*, 3. *Analiza zawartości*, Ośrodek Badań Prasoznawczych RSW „Prasa”, Kraków 1970, s. 8 [przekład anonimowy fragmentu książki *Handbook of Social Psychology*, red. Gardner Lindzey, t. 1 i 2, Massachusetts 1959, t. 1, s. 488–518].
- 2 W. Pisarek, *Analiza zawartości prasy*, Ośrodek Badań Prasoznawczych RSW „Prasa”, Kraków 1983, s. 29. Zob. B. Berelson, *Analiza...*, s. 7.
- 3 Zamiast systematycznych badań wystarczy w sposób jednakowy, wedle takich samych zasad pobierać z medialnego strumienia kolejne próby, co może mieć miejsce np. podczas pojedynczych badań nad dziejami jakiegoś medium.

Metoda znana jest w Polsce. Walery Pisarek opisał jej historię<sup>4</sup> oraz stworzył podstawowy jej podręcznik<sup>5</sup>. Jego powszechnie znana definicja brzmi:

Analiza zawartości jest zespołem różnych technik systematycznego badania strumieni lub zbiorów przekazów, polegającego na możliwie obiektywnym (w praktyce zwykle: intersubiektywnie zgodnym) wyróżnianiu i identyfikowaniu ich możliwie jednoznacznie skonkretyzowanych, formalnych lub treściowych, elementów oraz na możliwie precyzyjnym (w praktyce zwykle: ilościowym) szacowaniu rozkładu występowania tych elementów i na głównie porównawczym wnioskowaniu, a zmierzającego przez poznanie zawartości przekazów do poznania innych elementów i uwarunkowań procesu komunikacyjnego<sup>6</sup>.

Walery Pisarek wyróżnił w AZ<sup>7</sup> dwa nurty. Pierwszy nurt pozwalał chaos tematyczny tekstów gazety przedstawić w jakimś porządku, wskazać na jej preferencje tematyczne – był więc analizą całej gazety. Drugi pomagał znaleźć w gazecie ujęcia/elementy jakiegoś tematu, jakiś jego wątek – a potem pokazać go w sposób w miarę pełny.

Te dwa nurty ukształtowały się w ramach polskiej AZ już na przełomie lat pięćdziesiątych i sześćdziesiątych ubiegłego wieku. Zapoczątkowały je artykuły Antoniny Kłoskowskiej<sup>8</sup> i Ireny Tetelowskiej<sup>9</sup>. Jak pisał Walery Pisarek:

Kłoskowskiej chodziło o ujawnienie propagowanych (świadomie lub nieświadomie) modeli społecznych, Tetelowskiej o obiektywny opis „wytworu pracy dziennikarza, redaktora i drukarza”. W pierwszym wypadku zasadniczym przedmiotem badań jest „głębsza treść” przekazów

---

4 Zob. W. Pisarek, *Analiza zawartości prasy: drogi rozwoju*, „Zeszyty Prasoznawcze”, nr 2, 1983, s. 5-16. Porównaj także J. Kołodziej, *Analiza zawartości mediów*, [w:] *Słownik terminologii medialnej*, red. W. Pisarek Towarzystwo Autorów i Wydawców Prac Naukowych Universitas, Kraków 2006, s. 6-8; O. Dąbrowska-Cendrowska, *Recepcja podręcznika „Analiza zawartości prasy” w kręgach badaczy mediów, czyli zaraźliwa metoda badawcza*, „Zeszyty Prasoznawcze”, nr 2, 2019, s. 117-127.

5 W. Pisarek, *Analiza...* Są też pomniejsze: M. Lisowska-Magdżiarz, *Analiza zawartości mediów. Przewodnik dla studentów. Wersja 1.1*, Uniwersytet Jagielloński, Kraków 2004; S. Pamuła, *Metoda analizy zawartości prasy i jej zastosowanie w wybranych tygodnikach*, Wydawnictwo Wyższej Szkoły Pedagogicznej w Częstochowie, Częstochowa 1996; T. Gackowski, M. Łączynski, Ł. Majchrzyk, A. Matyja, M. Wieczorkowski, *Skrypt do analizy zawartości prasy*, Wydział Dziennikarstwa i Nauk Politycznych Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa 2007.

6 W. Pisarek, *Analiza...*, s. 45.

7 W. Pisarek konkretnie mówił o analizie zawartości prasy (*content analyse*), mając na myśli analizę ilościową. Ponieważ wtedy nie mówiono o jakościowej analizie zawartości mediów, termin Pisarka był wystarczający. Obecnie tak nie jest – konieczne jest więc rozróżnianie tych dwu typów analizy, stąd też stosuję termin ilościowa analiza zawartości (w jej ramach wyróżniam ilościową leksykalną analizę zawartości).

8 A. Kłoskowska, *Modele społeczne i kultura masowa*, [w:] tejsze, *Z historii i socjologii kultury*, Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warszawa 1969, s. 420-450.

9 T. Tetelowska, *Analiza i ocena treści dzienników*, „Zeszyty Prasoznawcze”, nr 1, 1960, s. 7-22.

prasowych, w drugim – przynajmniej programowo „wszystko”, a więc zarówno treść przekazu i jej struktura, jak też sposób jej wyrażania<sup>10</sup>.

Mówiąc inaczej, za pomocą IAZ staramy się opisać albo dany tekst medialny (np. numer/numery gazety wchodzące w skład interesujących nas prób pobranych z jej strumienia), albo dany tematyczny wątek przejawiający się w emitowanym/wydawanym medium czy w grupie mediów (lub w wielu mediach/grupach mediów) w jakiejś jednostce czasu, np. na przestrzeni paru lat.

### **Dlaczego IAZ jest niezbędna?**

Tylko ilościowa analiza zawartości pozwala w sposób obiektywny wskazać na tematy i wątki tematyczne mniej lub bardziej w gazecie, czy innym medium istotne. Tylko ona pokazuje, z czym w danym medium mamy częściej lub rzadziej do czynienia i co jest bardziej lub mniej wyeksponowane, przy czym miary tego „bardziej lub mniej” są najprostsze i najbardziej obiektywne z możliwych: albo dany fakt jest przywoływany częściej, albo rzadziej w danej jednostce czasu (czy na łamach), albo wiadomość o nim eksponuje się na pierwszej stronie gazety, albo na pozostałych, albo na początku listy wiadomości na stronie WWW, albo na dalszych jej miejscach, albo na początku audycji/ramówki radiowej lub telewizyjnej, albo później. Informacja może zwracać na siebie uwagę czcionką, wielkością, ilustracją, kolorem – albo nie zwracać. Może być podawana przez głos spoza kadru, lektora, gościa, bohatera reportażu itd., czyli przez postacie symboliczne radia i telewizji, w różnym stopniu cieszące się u widzów autorytetem...

Ilość i wyeksponowanie – to obiektywne miary ważności. Jeśli zaś badacz tę ważność ustala sobie sam, to kieruje się z reguły nie tyle obiektywizmem, co gustem i poglądami. Inaczej po prostu się nie da. Ponadto nie ma możliwości, aby bez wstępnego oglądu sporządzić choćby kompletną listę poruszanych w medium tematów.

Tę możliwość może dać badaczowi IAZ. Istotę badań za jej pomocą można przybliżyć za pomocą komputerowej metafory – porównać ją do defragmentacji twardego dysku.

Każdy używający komputera przed 2000 rokiem miał okazję widzieć na stosownej automatycznej prezentacji umowną ilustrację procesu porządkowania zapisanej przestrzeni dysku, które na tym polegało, że dane – zapisywane przez komputer w kolejności takiej, w jakiej komputer je otrzymywał, i tam, gdzie akurat było miejsce – dyslokowano w ten sposób, aby „cząstki” danego pliku znajdowały się na dysku jak najbliżej siebie. Dzięki temu komputer działał szybciej.

Analogicznie: IAZ zmierza do tego, aby głęboko sfragmentowane i rozrzucone po łamach gazety informacje scalić w konkretne tematy i podtematy, gdyż tak uka-

---

10 W. Pisarek, *Analiza...*, s. 25.

zane pozwolą się zmierzyć, a także będzie można ocenić ich ważność w całokształcie prezentowanych treści, stopień ich wyeksponowania itd.

Rzecz w tym, aby informacja rozproszona na stronach gazety<sup>11</sup> (patrz tabela 1) i pojawiająca się w porządku liniowym (na łamach) lub czasowym (w radiu i telewizji) albo nawet w przypadkowym porządku kliknięć (internet) ukazała się badaczowi w układzie oddającym tematyczną (albo na przykład ideową, gatunkową czy jeszcze inną) zawartość.

Tabela 1. Schematyczne przedstawienie realnego porządku tematów obecnych na łamach gazety

1. STRONA	2. STRONA	3. STRONA	4. STRONA	5. STRONA	6. STRONA
Z	N	M	Inn	Inn	M
Y	X	Inn	Z	Y	Inn
Y	Inn	Inn	Z	N	X
X	M	Inn	0	N	Inn
X	Inn	X	X	0	Z
Z	M	N	Inn	Inn	Inn
Z	0	Inn	N	M	0
Z	Inn	M	X	Inn	Inn

Źródło: badania własne

Chodzi więc o uporządkowanie treści informacyjnych wedle zasady pozwalającej je bez przeszkód poznać, zrozumieć i zinterpretować, a stopień ich ważności zmierzyć – czyli w formie przedstawionej przykładowo w tabeli 2. Zasada uporządkowania jest tu tematyczna – przy czym strukturę tematów zakłada badacz i później weryfikuje w trakcie analizy.

<sup>11</sup> Symbole X, Y, Z, M, N, 0 wskazują na informacje składające się na wachlarz głównych tematów poruszonych w gazecie; Inn – to grupa wątków pozostałych, w danym momencie nieinteresujących badacza (traktuje się je wspólnie). Kolejność symboli mierzona w kierunku góra-dół niech wskazuje na stopień wyeksponowania na stronie – tekstu poświęconego danemu tematowi.

Tabela 2. Schematyczne przedstawienie wyniku IAZ – porządku ważności<sup>12</sup> wyodrębnionych dla badań tematów gazety

TEMAT Y	TEMAT X	TEMAT Z	TEMAT N	TEMAT M	TEMAT O
Y	X	Z	N	M	0
Y	X	Z	N	M	0
Y	X	Z	N	M	0
Y	X	Z	N	M	0
Y	X	Z	N		
Y	X	Z			
Y	X	Z			
Y					

Źródło: badania własne

Oczywiście defragmentacja treści gazet, programu telewizyjnego czy radiowego jest o wiele głębsza niż to, co pokazałem, praktycznie sięga poziomu akapitu czy – w wypowiedzi mówionej – frazy (poszczególne teksty felietonów, reportaży itd. bywają wielotematyczne, tylko pojedynczy akapit zawsze bywa jednotematyczny na mocy swojej definicji) i technika pomiaru bywa bardziej złożona (realnie – tylko założenie, że jednostką analizy jest tekst, w którym bierzemy pod uwagę jedynie temat dominujący, mogłoby dać badawcze rezultaty podobne do tych z tabel 1 i 2).

### Jak w sposób weryfikowalny dokonać najprostszej ilościowej analizy zawartości

Warunkiem powodzenia pracy jest stosowne do problemu interesującego badacza określenie:

1. klucza kategoryzacyjnego;
2. jednostki analizy;
3. jednostki pomiaru.

\* \* \*

Ad 1. Klucz kategoryzacyjny, którego jedna z ostatnich definicji brzmi:

[jest to] schemat klasyfikowania zawartości będący podstawowym narzędziem analizy zawartości mediów. Poprawnie skonstruowany k. k. powinien zawierać wszystkie te kategorie (jednorodne zbiory elementów) zawartości mediów, które w wyczerpujący sposób opisują problematykę

<sup>12</sup> Liczba liter lub cyfr przyporządkowanych danemu tematowi powiadamia o tym, jaki procent lamów gazety zajęło omawianie każdego z tematów. Im procent większy, tym temat ważniejszy. W rezultacie wylania się następujący ranking: pierwsze miejsce – temat Y, drugie miejsce – tematy X i Z, trzecie – N, czwarte – M i O.

badania. Poszczególne kategorie – ze względów metodologicznych – muszą być w wyraźny sposób logicznie rozłączne (aby badacze nie mieli żadnych wątpliwości w czasie kodowania materiału) oraz jak najprecyzyjniej zdefiniowane. Od poprawności k. k. zależy jakość następných etapów analizy zawartości mediów<sup>13</sup>

– najlepiej będzie zaprezentować na konkretnych przykładach. Chciałbym przy tym wskazać na takie modele klucza, które można skonstruować, korzystając z własnej, potocznej nawet wiedzy, i które mogą zastosować nawet studenci, nie wymagając specjalistycznego oprogramowania, organizowania zespołów badawczych, a przy tym pozwalają na wystarczające sklasyfikowanie treści.

Dla ilustracji zaprezentuję trzy klucze:

- klasyczny klucz Antoniny Kłoskowskiej (rysunek 1), za pomocą którego ustaliła zarysy „socjalistycznego” modelu rodziny prezentowanego na łamach „Przyjaciółki” w latach 1950–1951, który to model porównany został następnie z innym, bardziej tradycjonalistycznym, propagowanym tamże w latach 1956–1957;
- przeznaczony do badań trzech okresów istnienia czasopisma „Filipinka” klucz Anny Piwowarskiej (tabela 3);
- klucz Renaty Kożuch-Sierociuk, za pomocą którego badała zawartość „Gazety Lwowskiej” w latach 1991–2003 (tabela 4).

W artykule Antoniny Kłoskowskiej materiał badawczy tworzyła obyczajowa nowelistyka drukowana na łamach czasopisma dla kobiet „Przyjaciółka” w dwóch bardzo różnych okresach jego istnienia: stalinowskim (z lat 1950–1951) oraz po „październikowym” przełomie (z lat 1956–1957) – pierwsza próba obejmowała 163 utwory, druga – 140. Jednostką analizy był więc utwór, a jednostką pomiaru – wystąpienie motywu związanego z różnymi uwarunkowaniami życia rodzinnego. Wyniki badań pierwszego okresu Kłoskowska ujęła w tabeli, której rubryki tworzyły niejako wstępną postać klucza kategoryzacyjnego:

Tabela 3. Klucz Antoniny Kłoskowskiej: główne tematy akcji i wartości w nowelach i dziale „Radości i smutki” w okresie 1950-51 w „Przyjaciółce”

TEMATY I WARTOŚCI	NOWELE	RADOŚCI I SMUTKI	RAZEM	%
Praca zawodowa a życie rodzinne	17	18	35	33,3
Problemy społeczne i polityczne a życie rodzinne	12	19	31	29,5
Rodzina i małżeństwo jako wartości najwyższe	8	9	17	16,2
Společne czynniki zakłócające życie rodzinne	10	–	10	9,5

13 J. Kołodziej, *Klucz kategoryzacyjny*, [w:] *Słownik terminologii...*, s. 95.

TEMATY I WARTOŚCI	NOWELE	RADOŚCI I SMUTKI	RAZEM	%
Budżet rodzinny	–	8	8	7,6
Rodzina i alkoholizm	–	3	3	2,9
Nie sklasyfikowane	1	–	1	1,0
Ogółem	48	57	105	100,0

Źródło: A. Kłoskowska, *Modele społeczne...*, s. 437

Uzyskane wyniki badań pierwszej próby pozwoliły jej na następującą interpretację:

Próbka [...] obejmowała łącznie 80 nowel i 83 opowiadania z serii „Radości i smutki”<sup>14</sup>, druga próbka (1956–1957) 74 nowele i 66 opowiadań. W pierwszym okresie 48 nowel (60%) w sposób mniej lub bardziej bezpośredni odnosiło się do rodziny, w drugim okresie nowel o tematyce rodzinnej było 60 (81%). Wzrost zainteresowań tematyką rodzinną w serii „Radości i smutki” był mniej wyraźny: 68,6% opowiadań w pierwszym okresie i 72,7% w drugim odnosiło się do życia rodzinnego. W poniższej analizie wzięto pod uwagę jedynie nowele i opowiadania dotyczące rodziny, które posłużyły za podstawę do przedstawienia modeli rodziny w „Przyjaciółce”.

Analiza pierwszej próbki wykazała, że w okresie 1950–1951 33 (tzn. ponad 2/3) spośród 48 nowel przedstawia życie rodzin chłopskich i robotniczych. Połowa nowel odnosi się do życia współczesnego, a w tej kategorii tylko w dwóch wypadkach tło akcji stanowi środowisko inne aniżeli chłopskie i robotnicze. Dominującym modelem rodziny w tym okresie jest więc rodzina ze środowiska „mas”. Z zestawienia zawodów bohaterów wynika ponadto, że charakterystyczny rys tej rodziny stanowi praca zawodowa kobiet. Tylko w 13 wypadkach na 39, zaś w opowiadaniach współczesnych tylko w 4 na 19, nowele nie zawierają dokładnych informacji o zawodzie bohaterki, względnie bohaterka jest po prostu tylko gospodynią domową, żoną lub matką.

W znacznej większości przypadków kobiety są więc przedstawione w określonych rolach zawodowych, które w sposób decydujący determinują ich pozycję także w stosunkach rodzinnych. Pozycja ta równa jest pozycji ich mężów, ponieważ w równym z nimi stopniu są one zdolne odgrywać czynną rolę w produkcji i przyczyniać się do utrzymania rodziny. Rodzina nie jest w modelu tym zależna pod względem ekonomicznym wyłącznie od mężczyzny. Matka i żona uczestniczy w funkcjach ekonomicznych na równych prawach, co z kolei zapewnia jej pozycję identyczną z pozycją ojca lub męża. Zaangażowanie i sukcesy kobiety w pracy produkcyjnej dostarczają głównego kryterium jej atrakcyjności jako narzeczonej lub żony<sup>15</sup>.

Nieuwzględnione w tabeli 3 wyniki badań drugiej próby okazały się całkiem inne:

W drugim okresie [„Przyjaciółka” z lat 1956–1957 – WK] tylko 18 na 81 głównych postaci nowel pochodzi ze środowiska robotniczego lub chłopskiego (w porównaniu z 57,7% bohaterów nowel pierwszego okresu). Nowele znacznie częściej sięgają obecnie do środowiska inteligencji, a w szczególności wolnych zawodów. Najbardziej charakterystyczny jest jednak fakt, że w 34,5% przypadków kwestia zawodu bohaterek i bohaterów w ogóle nie występuje, w opisie

14 A. Kłoskowska, *Modele społeczne...*, s. 435-436.

15 A. Kłoskowska, *Modele społeczne...*, s. 435-436.

brak szczegółowego przedstawienia działalności zawodowej tak znamiennego dla ubiegłego okresu. W szczególności większość postaci kobiecych (60%) występuje wyłącznie w roli żon, matek, narzeczonych, a nie przodujących robotnic, niezrównanych hodowczyń i racjonalizatorek, jak to było w okresie poprzednim.

To odmienne ujęcie wiąże się ściśle ze zmianą problemów życia rodzinnego wybranych do przedstawienia. W nowym modelu rodziny nacisk spoczywa na stosunkach pomiędzy mężem a żoną, rodzicami a dziećmi, między zakochanymi. Emocjonalny aspekt stosunków rodzinnych uwzględniany jest częściej, aniżeli jakakolwiek inna ich dziedzina. Miłość występuje jako jedna z najwyższych wartości ludzkiego życia, a małżeństwo oparte na wzajemności uczuć jest przedstawione jako realizacja najgłębszych ludzkich pragnień. Na 42 nowele w 36 (85%) małżeństwo, rodzina i miłość pełnią rolę naczelných wartości. Tylko w 4 przypadkach przedstawione jest ich uzasadnione podporządkowanie innym wartościom, takim jak solidarność klasowa, obowiązki zawodowe i inne życiowe zainteresowania.

W drugim okresie istnieją wyraźniejsze różnice pomiędzy tematami nowel a opowiadań z cyklu „Radości i smutki”. Dla cyklu tego w przeciwieństwie do opowiadań z pierwszego okresu charakterystyczne jest akcentowanie raczej smutków i kłopotów, aniżeli radości codziennego życia. Więcej niż 1/3 tych opowiadań poświęcona jest w drugim okresie problemowi dziecka w rodzinie, a nieco mniej niż 1/2 konfliktom rodzinnym. Opowiadania w porównaniu z nowelami są mniej optymistyczne i bardziej realistyczne. Często uwypuklają wpływ wywierany na stosunki interpersonalne w rodzinie przez materialne warunki życia, np. złe warunki mieszkaniowe. Model rodziny w opowiadaniach z cyklu „Radości i smutki” wydaje się być bliższy faktycznemu wzorowi zachowań w sferze rodzinnego życia, natomiast nowele są nastawione raczej na zaspokojenie inspiracji i marzeń czytelników – a głównie czytelniczek tygodnika. Pewne zasadnicze rysy modelu pozostają jednak identyczne w obu formach opowiadań<sup>16</sup>.

Wniosek, który możemy wyciągnąć z tych badań (Kłoskowską krępowała cenzura), brzmi: po zakończeniu stalinowskiej ofensywy propagandowej i instytucjonalnego narzucania socrealizmu „Przyjaciółka” zaczęła publikować materiały takie, jakie kobiecą literacką publiczność interesowały praktycznie od początku istnienia prasy dla kobiet, co z kolei daje pole do dalszych, politologicznych interpretacji.

Z kolei Anna Piwowska, pozostając w kręgu podobnych tematów, zastosowała jednak wskazówki Ireny Tetelowskiej, badając całe czasopismo. Porównywała<sup>17</sup> trzy edycje „Filipinki” (patrz tabela 3) – wydawaną przez Dom Wydawniczy „Filipinka” w latach 1997-1998, przez spółkę Media Styl w 2002 roku i Wydawnictwa H. Bauer w 2003 r. – za każdym razem uwzględniając próbę czterech numerów. Wyniki podawane w procentach liczby znaków w próbie, zestawiane ze sobą<sup>18</sup>, wskazywały, że – najogólniej mówiąc – nieprawdą jest, iż zmiany właściciela nie mają wpływu na tematykę czasopisma, więc, mówiąc metaforycznie, i „życiową filozofię” – w przypadku tego tytułu proponowaną młodym dziewczętom. Ponieważ tu interesuje mnie tylko konstrukcja klucza, podaję wyniki jedynie dla analizy „Filipinki”

16 Ibidem, s. 445-446.

17 Patrz: A. Piwowska, *Trzy oblicza „Filipinki”*, „Zeszyty Prasoznawcze” nr 3-4, 2003, s. 15-23.

18 Pełne wyniki badań – patrz: A. Piwowska: *Trzy oblicza „Filipinki”. Epizod z dziejów transformacji polskich pism młodzieżowych przełomu wieków*, Kraków 2003, s. 130-141 - maszynopis w posiadaniu autora.



Bauera (w tym wypadku próbę tworzyło 190 materiałów odredakcyjnych z 2 numerów po 176 stron każdy, liczących w sumie 334 400 znaków).

Tabela 4. Klucz Anny Piwowskiej (wyniki w procentach dla N= 334 400 znaków)

DZIAŁ	KATEGORIA	PODKATEGORIA
Dział I. Życie społeczne – 49,6	I.1. STOSUNKI SPOŁECZ- NE – 29	I.1.1. Obyczaje – 2,2 I.1.2. Patologie społeczne – 8,3 I.1.3. Polityka – 0 I.1.4. Religia – 1,9 I.1.5. Nauka /cywilizacja – 0,1 I.1.6. Szkoła – 12,2 I.1.7. Inne – 4,3
	I.2. KULTURA – 20,6	I.2.1. Film – 4,8 I.2.2. Książka – 1,8 I.2.3. Muzyka – 8,3 I.2.4. Teatr, kabaret – 0,5 I.2.5. Sztuki plastyczne – 0,6 I.2.6. Media – 2,6 I.2.7. Poezja – 2
Dział II. Życie rodzinne – 7	II.1. STOSUNKI Z RODZINĄ – 5,3 (w ujęciu całościowym)	Brak wydzielonych podkategorii
	II.2. STOSUNKI Z MATKĄ – 0	Brak wydzielonych podkategorii
	II.3. STOSUNKI Z OJCEM – 1,3	Brak wydzielonych podkategorii
	II.4. STOSUNKI Z RODZEŃSTWEM – 0,4	Brak wydzielonych podkategorii
Dział III. Czas wolny – 43,4	III.1. ŻYCIE TOWARZYSKIE – 3,1	Brak wydzielonych podkategorii
	III.2. STOSUNKI Z PŁCIĄ PRZECIWNĄ – 8,5	III.2.1. Miłość – 3,4 III.2.2. Seks – 1,4 III.2.3. Zaloty – 3,4
	III.3. ZDROWIE I URODA – 11,8	Brak wydzielonych podkategorii
	III.4. HOBBY – 9	III.4.1. Moda – 8,5 III.4.2. Podróże – 0,5 III.4.3. Sport – 0
	III.5. ROZRYWKA – 11	Brak wydzielonych podkategorii

Źródło: A. Piwowska, *Trzy oblicza...*, s. 131

Mierzony w procentach tekstowej powierzchni czasopisma ranking ważności tematów „Filipinki” Bauera dobrze ilustruje proponowany na przełomie wieków polskim dziewczynom model życia, typowy dla kalk zachodnich pism dla nastolatków („Filipinka” Bauera taką kalką de facto się stała). Nastolatka ma się interesować głównie modą, romansami, dbaniem o urodę i muzyką. Szkołą także – ale nie jako miejscem nauki, trochę sensacjami (podkategoria „Patologie społeczne”), a czytanie książek, rodzina (szczególnie zastanawia brak kontaktów z matką), religia itp. mają być w jej życiu nieomal nieobecne.

Idea Tetelowskiej wykorzystywana była z powodzeniem do badań gazet codziennych, wielotematycznych (aczkolwiek zwykle preferujących problematykę polityczną). Wzorcowy klucz do takich badań, opublikowany w *Analizie zawartości prasy* W. Pisarka, liczył sześć stron<sup>19</sup>. Udało się jednak ten typ klucza uprościć, rezygnując z niektórych kategorii, a przede wszystkim krzyżując niektóre kategorie tematyczne. Za przykład posłuży klucz do badań<sup>20</sup>, w których Renata Kozuch-Sierociuk ustaliła najważniejsze zmiany w zawartości „Gazety Lwowskiej” w latach 1991–2000, mierząc (w czterech próbach, po kilka numerów z każdego roku) powierzchnię poświęconą poszczególnym tematom w cm<sup>2</sup>. W tabeli 5 wskazuję zarys klucza wraz z wynikami mierzonymi razem – dla prób i wyszczególnionych działów. Działy merytoryczno-tematyczne dzieliły się następnie na podkategorie<sup>21</sup>.

19 W. Masłowski, A. Skowroński: *Klucz kategoryzacyjny do tematu „Selekcja czytelnicza dzienników”*, [w:] W. Pisarek, *Analiza...*, s. 190-195.

20 R. Kozuch-Sierociuk, „Gazeta Lwowska” na tle polskiej prasy wydawanej na Ukrainie, „Zeszyty Prasoznawcze”, nr 1-2, 2006, s. 93-109.

21 Autorka tak je opisywała: Dział INSTYTUCJE ŻYCIA SPOŁECZNEGO zawiera kategorie: „książki, biblioteki, wydawnictwa”, „edukacja”, „media”, „nauka”, „organizacje”, „religia”, „inne”. W dziale KULTURA wyodrębniłam: „architektura, zabytki”, „festiwale”, „film”, „literatura”, „muzyka, taniec”, „sztuki plastyczne”, „teatr”, „imprezy przekrojowe”, „inne”. ŻYCIE CODZIENNE to dział składający się z kategorii: „poszukiwania”, „obyczaje”, „sprawy miejskie”, „warunki życia”, „zdarzenia losowe”, „rozrywka”, „gospodarstwo domowe”, „zdrowie, uroda”, „przyroda”, „turystyka”, „okolicznościowe”, „inne”. Do działu HISTORIA należą: „przed I wojną światową”, „lata 1918-1920”, „lata międzywojenne”, „II wojna światowa”, „po II wojnie światowej”, „zagadnienia przekrojowe”. Do następnego działu POLITYKA wliczyłam kategorie: „wewnętrzna”, „wobec Polaków za granicą”, „zagraniczna inna”, „przygraniczna”, „pojednanie polsko-ukraińskie”. Ostatnim działem jest GOSPODARKA reprezentowana przez kategorie: „handel”, „turystyka”, „ochrona środowiska”, „transport”, „przemysł”, „inne” (R. Kozuch-Sierociuk, „Gazeta Lwowska” w latach 1991–2003. *Analiza zawartości*, Kraków 2005, s. 54 – maszynopis w moim posiadaniu).

Tabela 5. Klucz Renaty Kozuch-Sierociuk wraz z wynikami, wyrażonymi w cm<sup>2</sup> powierzchni

DZIAŁY GEOGRAFICZNO -NARODOWE	LWÓW		UKRAINA		UKRAINA - POLSKA		POLSKA	ŚWIAT	OGÓLNE
	Lwów - miasto ukraińskie	Lwów - środowiska polskie	Ukraina - państwo	Ukraina - środowiska polskie	Oficjalne stosunki polsko – ukraińskie	Kontakty ukraińskich Polaków z Polską			
Institucje życia społecznego	3386	54727	2289	33256	2939	18512	15885	13734	1620
Kultura	4486	26071	793	11503	1089	28454	21126	3219	1483
Życie codzienne	3664	5813	1021	3299	93	3386	2685	4400	17641
Historia	1724	9145	249	8166	1472	3498	8975	5825	464
Polityka	66	5580	812	654	6188	786	9162	984	0
Gospodarka	312	0	193	113	2324	561	1197	183	178

Źródło: R. Kozuch-Sierociuk, „Gazeta Lwowska” na tle polskiej prasy wydawanej na Ukrainie, s. 102

Zetknąłem się także z – przypominającymi bardzo szczegółowe ankiety personalne – kluczami kategorizacyjnymi, służącymi do ustalenia typów bohaterów pojawiających się w mediach, przykłady podałem już gdzie indziej<sup>22</sup>.

\*\*\*

Ad 2. Jednostkami analizy są te elementy zawartości przekazu, które w trakcie badań zostaną zanalizowane i sklasyfikowane wedle kategorii przyjętego klucza. Wybiera się je stosownie do badanego masowego medium:

- w przypadku medium operującego językiem pisanim mogą to być np. poszczególne teksty czy akapity tekstów;
- film lub telewizję badamy, mierząc sceny i kadry;
- w zasadzie w przypadku każdego medium, w którym pojawia się język ludzki, możemy wydzielić takie elementy, jak nazwy własne, zdania, sądy, całe wypowiedzi (np. utrzymane w danym gatunku);

<sup>22</sup> Zob. J. Lichański, W. Kajtoch, B. Trocha, *Literatura i kultura popularna. Metody: propozycje i dyskusje*, Pracownia Literatury i Kultury Popularnej oraz Nowych Mediów, Wrocław 2015, s. 65-73.

- badając media czysto wizualne, jak fotoreportaże (oraz wizualne elementy zawartości gazety lub internetu), jako jednostkę analizy przyjmujemy fotografię, rysunek, infografikę itd.;
- każde medium możemy badać, wybierając jako jednostkę analizy postać lub wystąpienie motywu tematycznego, bo przecież każde medium w ostatecznym rozrachunku służy do przenoszenia informacji o tym, co się komuś przydarzyło gdzieś i kiedyś.

\* \* \*

Ad 3. Jednostkami pomiaru, w zależności od tego, co w przypadku danej jednostki analizy chcemy zmierzyć (i co jest sensowne w przypadku danego medium), będą:

- jeśli powierzchnię, to: centymetry kwadratowe, umowne punkty powierzchni, znaki i spacje, procent powierzchni;
- jeśli czas (np. antenowy), to: minuty i sekundy;
- jeśli intensywność, to: tzw. punkty ekspozycyjności przyznawane w zależności od natężenia środków przyciągających uwagę odbiorcy;
- jako jednostki pomiaru mogą być też użyte wyrazy tekstowe, definiowane jako ciągi znaków od spacji do spacji, zdania i wszystko, czym da się twory medialne mierzyć.

### Co to jest leksykalna ilościowa analiza zawartości (LIAZ)?

Jest to taka ilościowa analiza zawartości (IAZ), w której zarówno jednostką analizy, jak i jednostką pomiaru jest słowo<sup>23</sup>. Do rodzajów LIAZ uprawianych dziś w Polsce zaliczam metodę słów sztandarowych Walerego Pisarka, metodę symboli kolektywnych i dyskursowych Michaela Fleischera<sup>24</sup> (a w zasadzie tylko szczególne

---

23 Por. M. Flont, W. Kajtoch, M. Pielużek M., *Perspektywy leksykalnej ilościowej analizy zawartości*, [w:] *Dyskurs: aspekty lingwistyczne, semiotyczne i komunikacyjne*, red. A. Kiklewicz, I. Uchwanowa-Szmygowa, Komisja Lingwistyki Dyskursu przy Międzynarodowym Komitecie Słowistów i Centrum Badań Europy Wschodniej UWM w Olsztynie, Olsztyn 2015, s. 129-145.

24 Patrz np. W. Pisarek, *Polskie słowa sztandarowe i ich publiczność*, Towarzystwo Autorów i Wydawców Prac Naukowych Universitas, Kraków 2002. Ponadto doskonały opis obu metod zawiera poświęcona komunikowaniu wartości politycznych książka Jacka Kołodzieja (J. Kołodziej, *Wartości polityczne. Rozpoznanie, rozumienie, komunikowanie*, Księgarnia Akademicka, Kraków 2011, s. 265-273). W kręgu badawczym Michaela Fleischera mieszczą się po części prace Marcina Pielużka (np. M. Pielużek M., *Obrazy świata w komunikacji polskiej skrajnej prawicy*, Wydział Filologiczny Uniwersytet Wrocławskiego i Wydawnictwo Libron, Wrocław 2017; M. Pielużek, *Ideologiczne obrazy świata w mediach alternatywnych – nacjonalistów i anarchistów*, „Zeszyty Prasoznawcze”, nr 4, 2015, s. 795-828).

wykorzystanie ich rezultatów), pomiar aksjologiczny<sup>25</sup>, metodę słów-kluczy<sup>26</sup>, Pawła Płanety próbę kontynuacji badań General Inquirer<sup>27</sup>, niektóre ilościowe rodzaje analiz stylistycznych<sup>28</sup>. Ponieważ opisywałem je w innym miejscu<sup>29</sup>, a ponadto w sposób wyczerpujący scharakteryzowali je naukowcy, którzy tego typu badania uprawiają, poprzestaną teraz na zwięzłym, tabelarycznym zestawieniu (tabela 5). Nie uwzględniam w niej metody ustalania tekstowego leksykalnego ilościowego obrazu świata – poświęcam mu osobny fragment (patrz też tabela 6). Jak widać, pierwszą cechą pozwalającą dostrzec różnice między wyszczególnionymi nurtami LIAZ jest więc taki lub inny dobór zliczanych słów<sup>30</sup>. Drugą cechą różnicującą jest cel badania.

Tabela 6. Techniki i cele badawcze nurtów leksykalnej ilościowej analizy zawartości zastosowanej do analizy tekstów lub ich korpusów

TECHNIKA BADAWCZA	SPOSÓB PRZEPROWADZENIA BADAŃ	CEL BADAŃ	POSTAĆ WYNIKU
Pomiar aksjologiczny	Przeszukanie danego korpusu lub tekstu pod kątem obecności w nim tzw. słownictwa wartości (nazw wartości, nazw cech wartościujących i rzeczowników nazywających wartościowalne desygnaty)	Określenie stopnia „nasylenia” korpusu lub tekstu określonymi wartościami i antywartościami, rekonstrukcja obecnych w nich systemów ocennych	Zestaw wykresów obrazujących ranking obecności danych typów wartościowań oraz interpretacja wyników wskazująca na obecność systemów

25 Patrz m.in.: W. Kajtoch, *O niektórych rodzajach badań prasy drukowanej*, [w:] *Medioznawstwo personalistyczne. T. 2. Wybrane zagadnienia z kultury mediów*, red. J. Jęczeń, P. Guzdek, Wydawnictwo KUL, Lublin 2018, s. 655–659; W. Kajtoch, *Językowe obrazy świata i człowieka w prasie młodzieżowej i alternatywnej*, t. 1 i 2, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2008, t. 1, s. 127–171; O. Mytnik, *Jak krytycy „Ruchu Muzycznego” oceniają muzykę, jej wydania i wykonanie*, „Zeszyty Prasoznawcze”, nr 3-4, 2007, s. 141-158.

26 Przed laty metodę tę, traktowaną swobodnie, w badaniach poezji propagował Kazimierz Wyka. Poprawne metodologicznie jej zastosowania nie są częste. Por. K. Wyka, *Słowa-klucze*, [w:] tegoż: *O potrzebie historii literatury. Szkice polonistyczne z lat 1944–1967*, Państwowy Instytut Wydawniczy, Warszawa 1969, s. 153-166; A. Jeżyk, *Najmłodsza polska poezja w świetle analizy zawartości*, „Zeszyty Prasoznawcze”, nr 3-4, 2005, s. 100-116.

27 Por. P. Płaneta, *Komputerowa analiza tekstu w dyskursach medialnych*, [w:] *Metody badań medioznawczych i ich zastosowanie*, red. A. Szymańska, M. Lisowska-Magdziarz, A. Hess, IDMiKS UJ i Wydawnictwo ToC, Kraków 2018, s. 67-90.

28 Zob. M. Flont, W. Kajtoch, M. Pielużek, *Perspektywy...*, s. 133-135.

29 Zob. W. Kajtoch, *O niektórych...*, s. 641-659.

30 Możliwe kryteria doboru pokazano zwięźle w szkicu: W. Pisarek, *Słowa ważne i ważniejsze*, „Przegląd Humanistyczny”, nr 3, 2016, s. 11-20.

TECHNIKA BADAWCZA	SPOSÓB PRZEPROWADZENIA BADAŃ	CEL BADAŃ	POSTAĆ WYNIKU
Ustalanie obecności symboli kolektywnych	Opracowanie za pomocą badań ankietowych słów uobecnających tzw. symbole kolektywne pokazujące sposób postrzegania świata obowiązujący w danej kulturze lub subkulturze, a następnie zbadanie ich obecności w tekstach	Ustalenie przynależności danych tekstów do obiegu danej kultury lub subkultury	Najczęściej porównanie rangowych lub alfabetycznych list słów
Ustalanie obecności słów sztandarowych	Opracowanie za pomocą badań ankietowych słów uobecnających zestaw mirandów i kondemnanów obowiązujących wyznawców danej ideologii, a następnie zbadanie ich obecności w tekstach	Ustalenie stopnia nasycenia danego tekstu lub korpusu (np. rocznika gazety) daną ideologią	Listy rangowe z podaniem frekwencji
Ustalanie obecności słów kluczy	Znalezienie w tekście słów o znacznej nadfrekwencji, ustalenie ich „ważności” wynikającej z częstości występowania w tekście i stopnia wspomnianej nadfrekwencyjności oraz intuicyjne znalezienie formuły uzasadniającej taki a nie inny ich zestaw	Ukazanie osobliwości światopoglądu zaszyfrowanego w tekstach	Lista rangowa słów kluczy wraz ze wskazaniem na stopień ich ważności, skomentowana atrakcyjnym czytelnictwo, eseistycznym wywodem z licznymi przykładami z badanego tekstu
Ilościowe badania stylistyczne	Ustalenie list frekwencyjnych całości słownictwa danego tekstu (powtarzalnych wyrazów pełno- i niepełnoznanenowych), znalezienie na nich leksemów wprowadzających dane stylistyczne kategorie i następnie zsumowanie ich (w ramach tychże kategorii)	Ukazanie – głównie dla celów porównawczych – stopnia, w jakim spełnia się w tekście lub korpusie dana kategoria stylistyczna w rodzaju: poetyckości, dyrektywności, uczoności, kancelaryjności, potoczności, wulgarności itd.	Zestaw „pól stylistycznych”, czyli grup wyrazów przyczyniających się do spełniania się danych stylistycznych kategorii (z podaną zbiorczą frekwencją), i wykres pokazujący stopień ich ważności w tekście

Źródło: badania własne

\* \* \*

Moim zdaniem najtrudniejszą, ale i najważniejszą z badawczych metod tworzących ten nurt jest ustalenie leksykalnego ilościowego tekstowego obrazu świata obec-

nego w zespole lub korpusie tekstów. Oczywiście LITOS jest jednym z rodzajów tekstowego obrazu świata, kategorii, którą w 2008 roku następująco zdefiniowałem:

Tekstowy obraz świata (występujący na poziomie *parole*) jest swoistą, dokonaną w konkretnym tekście – lub w zespole tekstów – realizacją językowego obrazu świata<sup>31</sup> (występującego na poziomie *langue*), a więc jest zbiorem prawidłowości wynikłych z faktu preferowania w danym tekście lub zespole tekstów określonych konstrukcji fleksyjnych, słowotwórczych, składniowych, a przede wszystkim – określonego słownictwa. Tekstowy obraz świata wskazuje na panujący w danym tekście (zespole tekstów) pogląd na temat istnienia i funkcjonowania poszczególnych składników świata, ich związków oraz wzajemnych proporcji, a więc na takie rozumienie organizacji świata, panujących w nim hierarchii i wartości, które jest preferowane przez nadawcę danego tekstu i akceptowane przez użytkowników tegoż tekstu [...] każda grupa tekstów, posiadając swoiście dobraną leksykę i równie swoiście ją wykorzystując, swój tekstowy świat buduje inaczej niż inne<sup>32</sup>

i która zyskała już pewne powodzenie. Uznał zasadność jej wyodrębnienia Ryszard Tokarski<sup>33</sup>, twórczo rozwinął Bogusław Skowronek<sup>34</sup>, a przede wszystkim przyjęła się w praktyce<sup>35</sup>.

Ustalanie LITOS może się odbywać różnorako, co skrótowo przedstawiam w tabeli 7.

31 Jest to „zbiór prawidłowości zawartych w kategoryalnych związkach gramatycznych (fleksyjnych, słowotwórczych, składniowych) oraz w semantycznych strukturach leksyki, pokazujących swoiste dla danego języka sposoby widzenia poszczególnych składników świata oraz ogólniejsze rozumienie organizacji świata, panujących w nim hierarchii, i akceptowanych przez społeczność językową wartości” (R. Tokarski, *Słownictwo jako interpretacja świata*, [w:] *Współczesny język polski*, red. J. Bartmiński, Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, Lublin 2001, s. 366).

32 W. Kajtoch, *Językowe obrazy...*, s. 15.

33 R. Tokarski, *Od językowego obrazu świata do obrazów świata w języku*, „Język Polski” t. XCVI, z. 2, 2016, s. 32-33.

34 B. Skowronek, *Język w filmie. Ujęcie mediolingwistyczne*, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Pedagogicznego, Kraków 2020, s. 43, 48-49.

35 Mogę wymienić dwudziestu młodych, nie tylko polskich naukowców, którzy w swoich badaniach z niej skorzystali: Lucyna Bagińska, Marzena Borowska, Małgorzata Ciunovič, Beata Grochala, Diana Jagodzińska, Marta Jarosz, Ewa Kapela, Izabela Kępka, Agnieszka Kijak, Izabela Kozera, Joanna Kubaszczyk, Daria Ławrynów, Joanna Marszałek, Paulina Mazurek, Lucyna Warda-Janys, Mateusz Flont, Arkadiusz Gut, Marcin Pielużek, Vincenzo Scalcione, Leszek Świeca, Michał Wilczewski.

Tabela 7. Ustalenie różnych rodzajów leksykalnych ilościowych tekstowych obrazów świata

TYP LITOS	SPOSÓB PRZEPROWADZENIA BADAŃ	CEL BADAŃ	POSTAĆ WYNIKU
LITOS w wersji pełnej – „mapa”	Ustalenie frekwencji albo wszystkich powtarzalnych leksemów pełnoznaczeniowych, albo – co bardziej sensowne – tylko rzeczowników (włączając – lub nie – nazwy własne) i przymiotników występujących w tekście lub korpusie tekstów oraz zestawienie listy rangowej, której wyższe rangi zostaną wzięte w badaniach pod uwagę; opracowanie schematu podziału tematycznego obejmującego całość wybranego słownictwa	Ustalenie w danym korpusie lub tekście „zaszyfrowanych” sensów, niesprowadzających się do sensów fabuły, które można wyczytać zwłaszcza w nieliniowym procesie odbioru.	Całościowy obraz rzeczywistości podany w postaci „mentalnej mapy rzeczywistości” (bardziej lub mniej szczegółowej), składającej się z określonego zestawu pól pojęciowych (ewentualnie – tematycznych) i wskazującej na intensywność obsługi tych pól wyrażającą się we frekwencji wyrazów tekstowych znaczeniowo przypisanych do tych pól.
LITOS w wersji cząstkowej – bliższy obraz danego pola tematycznego „mapy”	Wybranie z przyjętego ogólnego podziału jednej z kategorii tematycznych lub pojęciowych, podzielenie jej na podkategorie i wyliczenie frekwencji słownictwa je obsługującego	Jak wyżej – ale ustalone sensory wiążą się z jednym tematem	Obraz jednego z fragmentów rzeczywistości – ujęcie pożyteczne zwłaszcza w badaniach porównawczych w rodzaju „tekstowy obraz człowieka tu i tu”.
LITOS w wersji skoncentrowanej „przesłania”	Sporządzenie listy frekwencyjnej obejmującej 25–30 rzeczowników danego tekstu/korpusu o najwyższych rangach, uzupełnienie o konieczne czasowniki i ułożenie z nich historii.	Jak w pierwszej rubryce	Zwięzły tekst „streszczenia” powiadamiającego o najważniejszych treściach tekstu/korpusu

Źródło: badania własne

Warto jednak przybliżyć rezultaty praktyczne.

### „Mapy” i przesłania

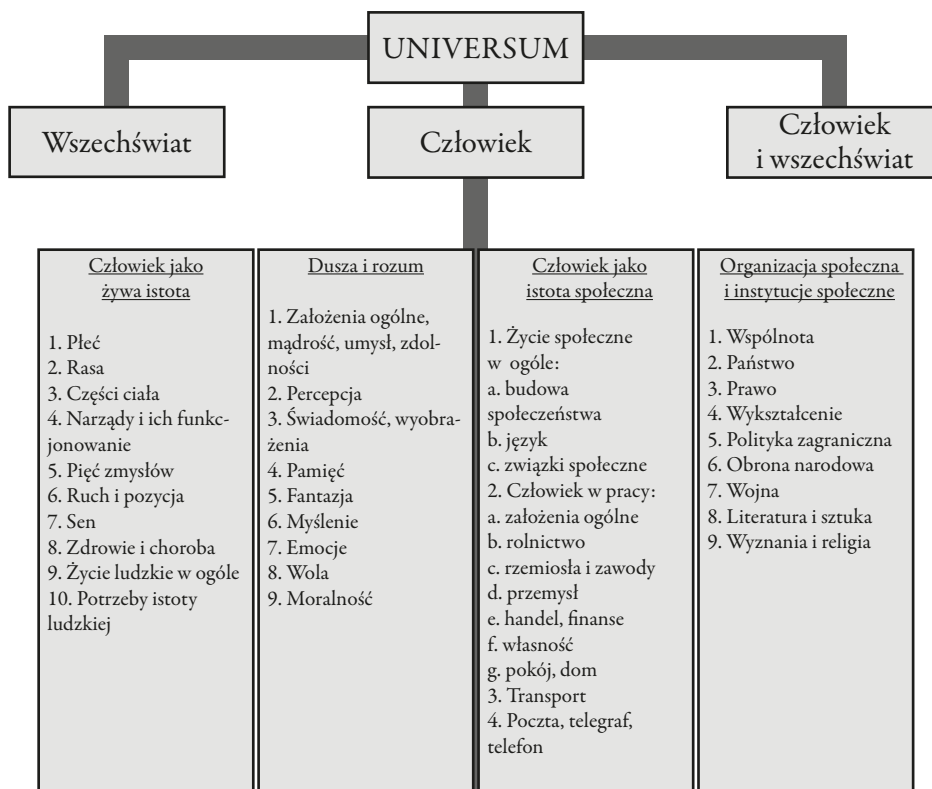
„Mapę” się tworzy, opracowując najpierw tematyczny podział słownictwa występującego w badanym korpusie tekstów, a następnie wpisując przy odpowiednich działach, kategoriach, podkategoriach dane o frekwencji leksemów obsługujących semantyczne pole związane z danym elementem klasyfikacji. Ponieważ sporządzenie w miarę kompletnego tematycznego podziału jest skomplikowanym zadaniem, można w charakterze podstawy klasyfikacji wykorzystać już istniejącą<sup>36</sup>. Powszechnie

<sup>36</sup> Wiele przykładów przedstawiono w pracy: B. Batko-Tokarz, *Tematyczny podział słownictwa współczesnego języka polskiego: teoria, praktyka, leksykografia*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2019. Autorka opracowała też własny podział, zwięzłe przedstawiony w publikacji: P. Żmigrodzki, *Wielki słownik języka polskiego PAN – zasady opracowania*, wyd. 2, Instytut Języka Polskiego PAN, Kraków 2015, s. 38-44.



nie znanym i często przywoływanym jest schemat Halliga-Wartburga, którego główne kategorie<sup>37</sup> przedstawiłem na Rysunku 1.

Rysunek 1. Struktura tematyczna słownika wg Halliga i Wartburga. Cz. I  
(za *Teorią pól językowych...* Władysława Miodunki<sup>38</sup>)

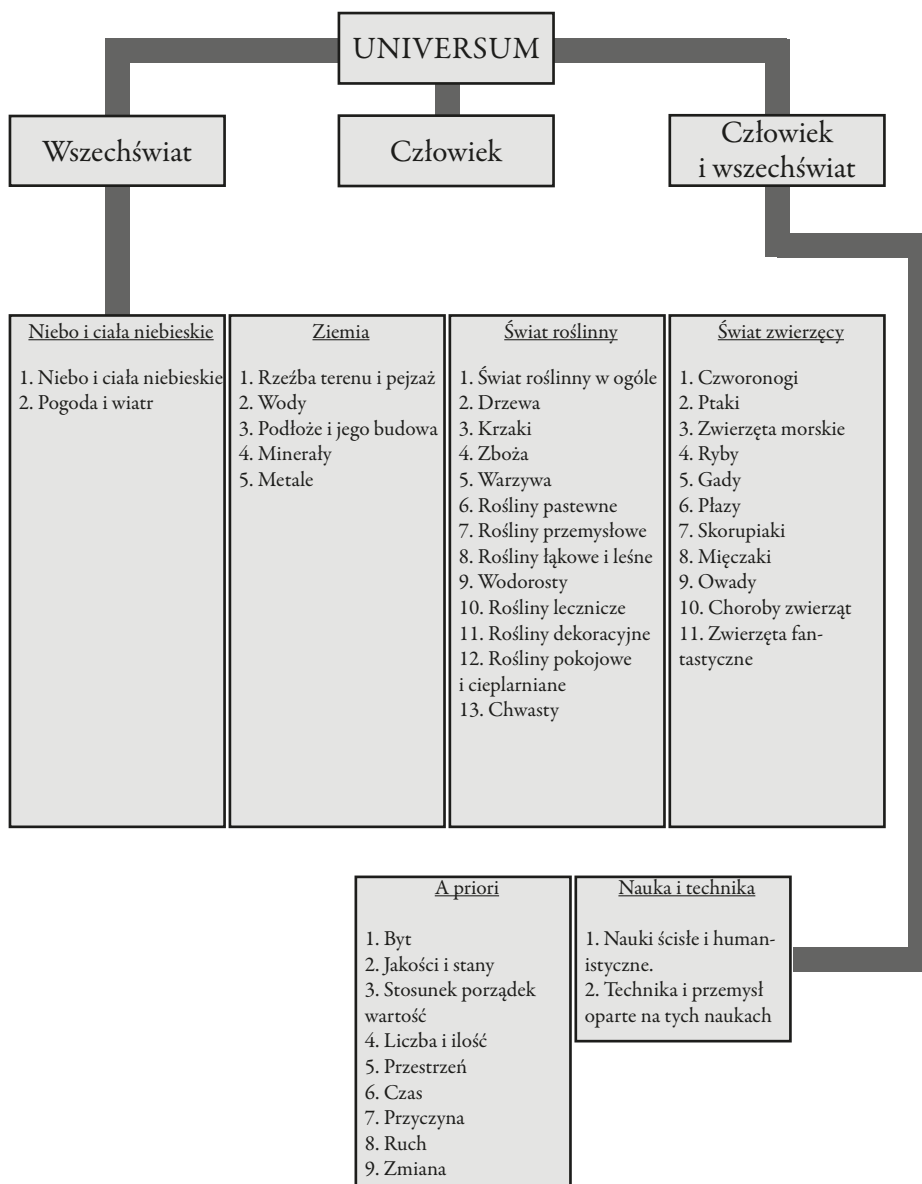


Źródło: W. Kajtoch, *Językowe obrazy świata i człowieka...*; W. Miodunka, *Teoria pól językowych...*

37 Kompletnie tłumaczenie systemu pojęciowego Rudolfa Halliga i Walthera von Wertburga – patrz: B. Sieradzka-Baziur, *Onomazjologiczny słownik online. Metodologia, zawartość, wykorzystanie w badaniach na przykładzie „Słownika pojęciowego języka staropolskiego”* (tu: Tłumaczenie systemu pojęciowego R. Halliga, W. von Wartburga, *Begriffssystem als Grundlage für die Lexikographie. Versuch eines Ordnungsschemas*, 2., neu bearbeitete und erweiterte Auflage, Akademie-Verlag, Berlin 1963, s. 101–112), Instytut Języka Polskiego PAN, Kraków 2020, s. 140-154.

38 Por. W. Miodunka, *Teoria pól językowych. Społeczne i indywidualne ich uwarunkowania*, Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Kraków 1980, s. 69 (zmodyfikowano postać graficzną wykresu); przedruk za: W. Kajtoch, *Językowe obrazy...*, s. 33 – pokazuję tam też inne schematy podziałów, w tym mój własny.

Rysunek 1. Struktura tematyczna słownika wg Halliga i Wartburga. Cz. II

(za *Teorią pól językowych...* Władysława Miodunki)Źródło: W. Kajtoch, *Językowe obrazy świata i człowieka...*; W. Miodunka, *Teoria pól językowych...*

W praktyce jednak bada się w ten sposób mniejsze korpusy, poddając podziałowi tematycznemu tylko rzeczowniki lub rzeczowniki i przymiotniki. Można uzyskać wtedy np. takie wyniki, jakie otrzymałem, poddając wyżej opisanej analitycznej procedurze korpus współczesnej polskiej piosenki patriotycznej.

Tabela 8. Rangi tematów (sfer tematycznych) w ramach LITOS korpusu piosenek patriotycznych<sup>39</sup>

RANGA TEMATU	TEMATY W KORPUSIE PIOSENKI PATRIOTYCZNEJ	% w LITOS (100% = 5998 LEKSEMÓW TEKSTOWYCH)
1.	Spółeczeństwo, życie społeczne	42,53%
2.	Ciało ludzkie	16,95%
3.	Umysł ludzki	10,00%
4.	Czas i jego miary	5,41%
5.	Twory kultury	5,20%
6.	Cywilizacja	4,65%
7.	Przyroda nieożywiona	4,31%
8.	Główne kategorie bytu	4,11%
9.	Uczucia i emocje	2,81%
10.	Przestrzeń i jej wymiary	2,45%
11.	Przyroda ożywiona	2,11%
12.	Osobowość i jej składowe	1,11%
13.	Zjawiska kosmiczne	0,76%
14.	Ruch	0,20%
15.	Inne	0,15%

Źródło: badania własne

Kolejnym krokiem może być np. przeprowadzenie klasyfikacji leksemów obsługujących dane pole i zmierzenie liczby leksemów tekstowych obsługujących pola danych podkategorii. Na przykład „Umysł ludzki” można podzielić na „Pamięć”, „Doświadczenie”, „Inteligencję”, „Erudycję” itd. Uzyskamy wtedy to, co w tabeli 6 nazwałem: „LITOS w wersji cząstkowej – bliższy obraz danego pola tematycznego «mapy»”. Odeślę czytelnika do moich konkretnych badań<sup>40</sup>.

Natomiast „przesłania” wydobywamy z tekstowych korpusów, sporządzając listy rangowe rzeczowników, a następnie tworząc teksty z tych o najwyższych rangach

39 W. Kajtoch, *Uwagi o współczesnej polskiej piosence patriotycznej*, [w:] *Medialne i transmedialne procesy narracyjne w identyfikacji postaw patriotycznych Polaków*, red. M. Kawka, W. Prażuch, P. Płaneta, Libron, Kraków 2021, s. 333-356.

40 Na przykład W. Kajtoch, *Ciało medialne*, „Zeszyty Prasoznawcze”, nr 3-4, 2004, s. 59-86; W. Kajtoch, *Fizjologia w tekstach prasy młodzieżowej (ciało medialne II)*, [w:] *Kreowanie światów w języku mediów*, red. P. Nowak, R. Tokarski, Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, Lublin 2007, s. 251-280; W. Kajtoch: *Emocje i zmysły tekstowych bohaterów prasy młodzieżowej*, „Zeszyty Prasoznawcze”, nr 1-2, 2008, s. 85-102.

(pierwszych 25–30 rang). Aby to „przesłanie” było jakimś komunikatem, rzeczowniki musimy (jak najoszczędniej) uzupełnić o inne, swobodnie dobrane części mowy i w rezultacie temu komunikatowi nadać jakieś ramy. Ich nadanie nie zakłóca jednak informacji niesionej przez rzeczowniki. Wiadomo, że to rzeczowniki niosą główną i w miarę jednoznaczną informację o świecie, podczas gdy przymiotniki mówią o cechach, czyli (często choć nie zawsze) o wartościach, a czasowniki o czynnościach, ruchach, procesach itp., ale w sposób daleki od precyzji, zaimki pozwalają ułożyć elementy w przestrzeni itd. – ale to jedynie uzupełnienie informacji głównej, tej najważniejszej, najczęściej powtarzanej, konkretnej informacji o świecie niesionej przez rzeczowniki o najczęstszej frekwencji.

„Przesłania” można także sporządzać dla pojedynczych, zwłaszcza obszerniejszych tekstów.

Powyższą receptę uzupełnię przykładami. Wykorzystam rangowe listy (patrz tabela 9) rzeczowników pospolitych przed paru laty sporządzone dla dwóch korpusów (po 30000 leksemów tekstowych), na potrzeby szkicu *Perspektywy ilościowej leksykalnej analizy zawartości*<sup>41</sup>:

Tabela 9. Rzeczowniki o pierwszych 25 rangach w dwóch korpusach (podano liczbę wystąpień słowoform)

R	POLSKIE ZINY FASZYSTOWSKIE	PORTAL „PUDELEK”
1	170 – <i>walka</i>	117 – <i>rok</i>
2	162 – <i>rok</i>	65 – <i>film</i>
3	160 – <i>człowiek/ludzie</i>	59 – <i>aktorka, dziecko</i>
4	91 – <i>rasa</i>	52 – <i>czas, życie</i>
5	76 – <i>narod, życie</i>	45 – <i>scena, związek</i>
6	70 – <i>skin/skinhead</i>	40 – <i>aktor, media</i>
7	67 – <i>grupa, ruch (organizacja)</i>	39 – <i>rola (postać), zdjęcie</i>
8	65 – <i>członek (grupy)</i>	37 – <i>dzień, mąż, osoba</i>
9	59 – <i>zespół</i>	35 – <i>wywiad</i>
10	55 – <i>świat</i>	34 – <i>tabloid</i>
11	54 – <i>narodowy socjalizm</i>	31 – <i>kobieta, miejsce, piosenkarka</i>
12	53 – <i>czas (ciąg chwili)</i>	30 – <i>dom, program, sprawa</i>
13	46 – <i>wojna</i>	29 – <i>plan</i>
14	44 – <i>kraj</i>	28 – <i>koncert, taniec, tydzień, występ</i>
15	43 – <i>organizacja</i>	27 – <i>kariera</i>

41 M. Flont, W. Kajtoch, M. Pielużek M., *Perspektywy leksykalnej...*, s. 136-137.

R	POLSKIE ZINY FASZYSTOWSKIE	PORTAL „PUDELEK”
16	42 – koncert	26 – człowiek/ludzie, miesiąc, dziennikarz, odcinek (programu), słowo, żona
17	40 – lud (zbiorowość)	25 – informator, rozmowa
18	37 – historia	24 – kochanka
19	36 – sposób	23 – show, ślub
20	34 – rasizm, sprawa	22 – para (dwie osoby), seks, powód (czegoś), show-biznes
21	31 – pismo (gazeta), praca, prawo	21 – pieniądz, rodzina, romans
22	30 – cywilizacja	20 – informacja, świat
23	28 – działalność, miejsce, pieniądz	19 – ojciec, producent, widz, sytuacja
24	26 – muzyka, religia	18 – impreza, płyta, praca, strona, przyjaciel, tyśiąc (rzecz.)
25	25 – część, idea, rzecz	17 – fan, złoty (waluta)

Źródło: M. Flont, W. Kajtoch W., M. Pielużek, *Perspektywy leksykalnej...*

Listy rangowe pozwalają na konstrukcję następujących „prześlań”:

- w przypadku zinów faszystowskich:

Nasza **walka** to **ruch ludzi** ceniących swą **rasę** i **naród**. **Członkowie** naszej **grupy**, czyli **skinheadzi** chcą, aby w **świecie** zapanował **narodowy socjalizm** i **rasizm**. Tej **sprawie** poświęcamy cały nasz **czas**, każdy **rok** naszego **życia**. **Miejscem** **działalności** jest nasz **kraj** i cały **świat**. Szanujemy nasz **lud**, jego **religię** i **historię**. Mamy **prawo**, by prowadząc **wojnę** o naszą **cywilizację** i **idee**, działać w różny **sposób**. Nasza **organizacja** urządza **koncerty**, na których śpiewają nasze **zespoły**. Ich **rzecz**, to tworzy **muzykę** i **pisma**. Nie chcą **pieniędzy**. To ich **część** naszej **pracy**.

- w przypadku plotkarskiego „Pudelka”:

**Czas** biegnie. Jak co **roku** **producenci** nakręcili dużo **filmów**, w których **aktorzy** i **aktorki** grają swoje **role**. Co **miesiąc** ukazują się **płyty**, na **scenach** podczas **show** widzimy **tańce par**, a podczas **koncertów** śpiewają **piosenkarki**. Patrzenie **fani**, jak biegnie **życie** tych **ludzi**, jak robią **karię** w **świecie show-biznesu**, co mówią o nich **tabloidy** i inne **media**, ile **złotych** zarabiają, ile mają **pieniędzy**. Co **tydzień** można obejrzeć nowe, serialowe **odcinki**, w każdym **dniu** posłuchać **rozmów**, na naszych **stronach** przeczytać **wywiady**, zobaczyć **zdjęcia**. **Powód**, by nas czytać? – To proste. Nasi **informatorzy** i **dziennikarze** zdobyli dla was – **widzów** – **tysiące informacji** nie tylko o tym, jak wygląda **praca** znanych **osób**, jakie mają **plany występów**, na jakich **imprezach** się pokażą. Piszemy, jakie mają **domy**, **rodziny**, **przyjaciół**, także o ich ważnych **sprawach**, jak np. **ślub**. W tym **miejscu** znajdziesz też **słowo** o ich **romansach**, o tym, jak uprawiają **seks**. Dowiesz się jakimi są **mężami** dla swych **żon** (i jakie są ich inne **kobiety** – **kochanki**), **ojcami** dla swych **dzieci**. Pomyśl, jak w ich **sytuacji** byś się zachował.

Rzecz jasna w ułożeniu tych tekstów pomocne są też wstępne informacje o danym medium i o charakterze tekstów wchodzących w skład korpusu. Wiadomo, że polscy młodzieżowi faszyci to bardzo małe grupki, które muszą przede wszystkim przekonać siebie o sensowności swojego istnienia, a portale w rodzaju „Pudelka” obok dostarczania plotek zajmują się autopromocją. Bez tej wiedzy nie nadalibyśmy tekścikom ram gatunkowych, wszak koniecznych dla każdego komunikatu.

Ponadto można zadać pytanie, czy nie są możliwe inne wersje. Sądzę, że są, ale będą inne tylko w ograniczonym stopniu. Za każdym razem przekazywać będą te „przesłania”, że – w pierwszym przypadku – faszyzm jest ważną ideologią i należy go upowszechniać, wprowadzać w życie, a w drugim – że życie „gwiazd” jest interesujące, należy je obserwować, a najlepszym do tego narzędziem jest „Pudelek”.

### Po co prowadzić wyżej opisane badania

Jak każda analiza zawartości, ustalanie map i przesłań ilościowego leksykalnego tekstowego obrazu świata pozornie potwierdza jedynie prawdy oczywiste. Patrzymy na wyniki i stwierdzamy: „No tak, rzeczywiście”. Problem polega jednak na tym, że aby coś potwierdzić, należy najpierw zdać sobie z tego sprawę, wiedzieć o tym – LITOS bada natomiast tę sferę, której nadawca i odbiorca mediów nie zauważa, bo nikt (może poza matematycznymi geniuszami dysponującymi absolutną pamięcią – o ile tacy istnieją) nie jest w stanie precyzyjnie ustalić frekwencji leksyki w wielkich tekstowych korpusach. A przecież żyjemy w ich zasięgu. Co więcej – poza bardzo ograniczonym zakresem informacji bezpośrednio dostępnej naszym zmysłom – to, co wiemy o świecie, wiemy przede wszystkim z mediów, a ściślej mówiąc, z tekstowej informacji przez nie dostarczanej, której znaczna część ma charakter językowy (obrazy – jak sądzę – głównie sugerują emocje i potrzebują uprecyzynienia swoich treści, a to jest w stanie zaferować tylko język naturalny (bądź sztuczny), a ściślej mówiąc jego tekstowe przejawy).

Tekstowe obrazy świata mają charakter opresyjny. Narzucają się i kształtują nasz sposób myślenia – podobnie jak kultura symboliczna i język naturalny. Generalnie tylko to jesteśmy w stanie w świecie zauważyć (a informacje o tym przekazać innym), co pozwala nam dostrzec kulturę, a precyzyjnie umiejscowić w systemie znanych nam pojęć i nazwać – nasz język naturalny. Tak przynajmniej głosi radykalnie pojmowana hipoteza Sapira-Whorfa, której jestem zwolennikiem. Z faktu istnienia we wszelkiego typu tekstach (ustnych i różnorako zapisanych), a ściślej mówiąc w ich wielkich zbiorach (w tym medialnych) ukrytych struktur wykrywanych tylko przez LIAZ można jednak wnosić, że na tym się nie kończy, że nasze możliwości poznawcze ogranicza nie tylko gramatyka i leksykon znanego nam języka, ale także sama sfera otaczających nas tekstów. Przy czym sfera tekstów po pierwsze oznajmia

nam prawdy ukryte, nad którymi nie panujemy, a po drugie jest w stanie zakłócić tę – wszak niepewną i nie do końca precyzyjną – komunikację z rzeczywistością, którą zapewnia nam język, a którą badają pragmatyści, kognitywiści, a przede wszystkim – badacze Językowych Obrazów Świata.

### **Teoria dwóch helmów**

Podjęcie, że w procesie ludzkiego poznania istotną rolę gra nie tylko język, ale i jego tekstowe realizacje, które wpływają na nasze myślenie m.in. za sprawą elementów niemających charakteru stricte językowego<sup>42</sup>, zachęciło mnie do próby wprowadzenia do dyskursu językoznawczego (i prasoznawczego) nowej kategorii, która te elementy uwzględnia. Nazwałem ją tekstowym obrazem świata, a sądzę, że spośród jego rodzajów najsilniej i najskuteczniej – bo w sposób niejawni – oddziałują na nas ilościowe leksykalne tekstowe obrazy świata.

Jak w sytuacji uwzględnienia LITOS wygląda kwestia poznawczych korzyści i strat, które zyskujemy lub ponosimy, korzystając z języka i jego wytworów (tekstów)?

Człowiek albo teksty tworzy, albo odbiera i jest to jedyny dla niego możliwy (i tylko pośredni) kontakt z systemem języka, a zatem i z tą częścią intersubiektywnej, symbolicznej kultury, z którą system językowy jest ściśle spleciony jako jej najważniejsze ogniwo.

Człowiek – produkując lub odbierając teksty – używa więc słów istniejących i na poziomie tekstu, i na poziomie systemu. Tym sposobem, produkując teksty, i uczy się systemu, internalizuje go (a w rezultacie poszerza swoją znajomość symbolicznej kultury swojej grupy – grupy użytkowników języka), i ma pewne szanse na udział w jego uzupełnianiu, jeśli np. użyty przez niego neologizm będzie stworzony zgodnie z regułami semiozy, więc dla wszystkich zrozumiały i – używany przez innych użytkowników języka – utrwali się.

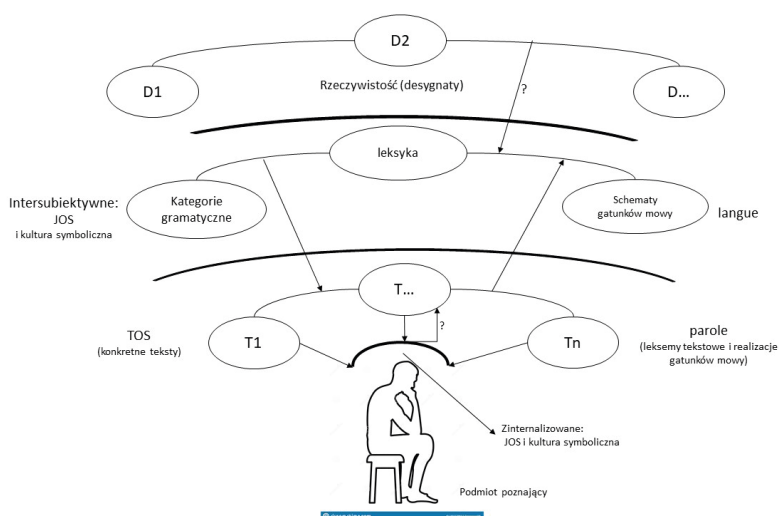
W rezultacie można uznać, że pomiędzy umysłem użytkownika, poziomem TOS i JOS (intersubiektywnym i zinternalizowanym) istnieją (choć tylko pośrednie w przypadku kontaktu: JOS zinternalizowany w umyśle – JOS intersu-

---

42 Frekwencja leksemów, wynikające z niej (i nie tylko z niej) ich ważność, ekspozycyjność i intensywność eksplorowania w danym tekście lub korpusie tekstów danego pola tematycznego/pojęciowego to nie są cechy systemu językowego.

biektywny) wzajemne oddziaływania<sup>43</sup>. Na rysunku 2 zazaczyłem to ukierunkowaniem strzałek<sup>44</sup>.

Rysunek 2. Człowiek wobec rzeczywistości, intersubiektywnego JOS i otaczających go tekstów



Źródło: badania własne. Sylwetka siedzącego człowieka: dreamstine.com<sup>45</sup>

W sumie sytuacja wydaje się w pełni optymistyczna. Człowiek generuje teksty, tworząc sferę TOS, sfera TOS wpływa na intersubiektywny system JOS, który ją przy tej okazji należycie porządkuje. Za sprawą kolejnych odbieranych tekstów umysł danego człowieka poznaje zasady oraz leksykon JOS intersubiektywnego,

43 Kwestia stosunku między JOS zinternalizowanym w umyśle a JOS intersubiektywnym, odczuwanym jako część istniejącej kultury, jest skomplikowana. JOS nie istnieje przecież poza umysłami ludzi lub tekstami (jakoś tu i tu się przejawia, tu i tu jest obecny, ale trudno wskazać jakiś materialny przejaw jego istnienia), a jednak najczęściej traktujemy go (jak i całą kulturę symboliczną) jako coś obiektywnie istniejącego, istniejącego na zewnątrz człowieka i związanego nawet z pewnym przymusem, regulującego nasz sposób postrzegania świata, przekazywanego z pokolenia na pokolenie (a jednak, choć w sposób powolny, ewoluującego). Ponieważ ja także nie jestem wolny od takiego postrzegania, w wywodzie podkreślam kwestię współzależności między intersubiektywnym JOS kulturowym – a bytującym w umyśle człowieka JOS zinternalizowanym, choć wiem oczywiście, że to dwie strony jednego medalu, dwie hipostazy jednego niematerialnego bytu w zasadzie istniejącego tylko w głowach danej grupy ludzi.

44 W dwóch wypadkach jednak zazaczyłem pytajnikiem swoje wątpliwości. Uważam, że zmiany w świecie z opóźnieniem i niekonsekwentnie powodują zmiany w języku i kulturze – wszak „świadomość opóźnia się za bytem”, więc język dokładnie świata nie odzwierciedla. Na tej samej zasadzie indywidualne modyfikacje w zinternalizowanym JOS w sposób niedoskonały odzwierciedlają się w tekstach. Człowiek niekoniecznie pisze i mówi tak, jak myśli, często kieruje się konwencją. W rezultacie myśl wypowiedziana czy zapisana nie do końca odpowiada myśli zaistniałej.

45 <https://pl.dreamstine.com/my%C5%9B1%C4%85cy-m%C4%99%C5%BCzynny-obsiadanie-na-stolec-sylwetki-ikony-koloru-ilustracji-mieszkania-ustalonego-bia%C5%82ego-stylu-prostym-wizerunku-image133041011>, [dostęp: 22 lipca 2020].



internalizuje kulturę i język grupy do swojego umysłu i jednocześnie tę kulturę współtworzy. Dzieje się to na mocy szczególnego sprzężenia zwrotnego. Dana jednostka ludzka (tj. użytkownik danego języka naturalnego i związanej z nim kultury) indywidualnie, dzięki obecności w swoim umyśle zinternalizowanej postaci JOS, tworzy teksty i współdziałając z innymi użytkownikami języka – członkami grupy, którzy także generują i odbierają teksty, buduje kolejne wcielenia TOS, rejestrowane i uogólniane w sferze JOS intersubiektywnego i podlegające działaniu obecnych tam mechanizmów. Na końcu ta lekko zmodyfikowana postać JOS znowu ulega internalizacji i bytując w umysłach użytkowników, staje się zarzewiem kolejnego kręgu przemian: język rozwija się i udoskonala.

Jedyna wątpliwość w tym niemal sielankowym krajobrazie powstaje wtedy, gdy zastanawiamy się nad adekwatnością JOS (czyli podsystemu kultury symbolicznej mającym związek z językiem) i rzeczywistości realnej, czyli – z językoznawczego punktu widzenia – tej sfery rzeczywistości, w której bytują desygnaty (D... – na rysunku zaznaczono tę wątpliwość szczególnym układem strzałek). To bardzo stary problem filozoficzny, bardzo różnie rozstrzygany, że wspomnę koncepcję solipsyzmu<sup>46</sup>. Można jednak problem adekwatności języka i świata z czystym sumieniem pozostawić nierozstrzygniętym, ponieważ – po pierwsze – jest nierozstrzygalny, a – po drugie – jak skomplikowany by nie był, nie przeszkadza językowi ludzkiemu w należyтым funkcjonowaniu, skoro nasza cywilizacja wciąż trwa<sup>47</sup>.

Ponadto człowiek czerpie wiedzę o świecie nie tylko ze słów, ale wykorzystując także obrazy i wszystkie zmysły, jakie posiada, istnieje też intuicja, więc generalnie dane niesione przez system językowy są wystarczająco zweryfikowane.

Sytuacja jednak się zmienia, gdy w grę wchodzi: media, wielkie korpusy, wielkie ludzkie grupy i komunikowanie naprawdę masowe. W zasadzie poza badaniami tekstowych obrazów świata (a zwłaszcza ilościowych leksykalnych tekstowych obrazów świata) nie widzę innego, efektywnego badania sensów wnoszonych przez te medialne nawałnice do ludzkich umysłów, które mogłoby przynieść w miarę obiektywny wynik. Istnieje paląca potrzeba prowadzenia takich badań, jeśli rzeczywiście chcemy wiedzieć, jak media „mieszają” w naszych głowach, jakie systemy myślenia

46 A ma ona także swoje współczesne wcielenia, że wspomnę koncepcje rzeczywistości wirtualnej czy fantomatykę Stanisława Lema, które o tę filozofię się ocierają.

47 Nie jest to jednak regułą. Sytuacja daleko posuniętej nieadekwatności języka/kultury i rzeczywistości realnej miała, jak się zdaje, miejsce podczas hiszpańskiego podboju Ameryki. Potężne imperia Azteków i Inków po ataku kilkusetosobowych, a najwyżej kilkutyśięcznych grup konkwistadorów rozpadły się m.in. dlatego, że Indianie jawnie nieadekwatnie ocenili rzeczywistość, uznając łupieżców za bogów, co znajdowało uzasadnienie w tubylczych systemach mitologicznych (więc i JOS, swoistym dla ich języka). Nie pomogła również – zwłaszcza Aztekom – nieznanost koni i traktowanie konia i jeźdźca jako jednej, potwornej istoty albo prowadzenie wojny rozumianej jako sztuka zdobywania żywych jeńców na ofiarę, w momencie gdy dla Hiszpanów, prowadzących w zasadzie wojnę totalną, oznaczała uśmiercanie przeciwników, ich kultury i cywilizacji.

nadzwyczaj skutecznie nam proponują. W tym miejscu oczywiście podnieść się mogą sprzeciwi badaczy obrazów, które też pełnią wielką rolę w mediach, osobiście jednak sądzę, że przekazywanie wiedzy za pomocą języka nadal dominuje (no i poddaje się w miarę precyzyjnemu badaniu)<sup>48</sup>.

Wzajemne zależności między jednostką ludzką i sferami TOS i JOS (intersubiektywnego/kulturowego oraz zinternalizowanego) w mediasferze przedstawia moim zdaniem rysunek 2.

Obecnie człowiek, pragnący poznawać świat wokół siebie, na własne zmysły i doświadczenie może liczyć tylko w przypadku poznania najbliższej sobie przestrzeni i jej dziejów postrzeganych w perspektywie, którą ogarnia własną pamięcią. W każdym innym – ma do dyspozycji masowe media w szerokim tego słowa znaczeniu, bo nie tylko gazety, radio, telewizję, internet, ale także podręczniki szkolne, komiksy, popularne powieści i filmy. Generalnie zewsząd bombardowany jest megabitami informacji niesionymi przez TOS-y poszczególnych tekstów, z którymi się styka. Machina działa w jedną stronę, bo jeśli tyle czasu i energii poświęca się odbiorowi – to kiedy nadawać? Entuzjaści tezy o szerzeniu się interaktywności mediów nie zauważają tej prostej zależności.

Jeśli nadaje szczątkowo, przestaje uczestniczyć nie tylko w budowaniu TOS, także przestaje budować swój język i kulturę. Ba, przestaje powoli je rozumieć, gdyż nie ćwicząc, traci umiejętności uogólniania, wnioskowania, a przede wszystkim poszerzania słownictwa swojego idiolektu. Na dodatek, ponieważ informacyjna zawartość atakujących człowieka tekstów jest niska i nawzajem sobie przecząca<sup>49</sup>, a praktyki infotainmentu i tworzenia symulaków sprawiają, że media nie służą odbiorcy, a jedynie samym sobie – otaczające człowieka treści tekstów, a przede wszystkim ich słownictwo (odbiorca coraz rzadziej czyta ze zrozumieniem, a tylko „łapie” slogany, powiedzonka, hasła) alienują się i z narzędzi służących poznaniu i zakorzenianiu się w kulturze (TOS jest przejawem, ale i budulcem JOS), zaczynają wiedzę ludzką niszczyć, stają się stalowym hełmem z przyłbicą bez otworów na oczy. To pierwszy hełm, który zauważam.

---

48 Protestowaliby także zwolennicy tradycyjnej analizy zawartości, którą jednak wymaga sporych nakładów na koderów i ankieterów, bez których badania LIAZ mogą się obejść. Zresztą tradycyjne badania AZ przestały być wykonalne, kiedy po przełomie 1989 roku zlikwidowano w Polsce medioznawcze instytuty resortowe. Chodzi nie tylko o pieniądze, ale też o to, że nie ma już gromadzonych latami archiwów i wyników badań. Nie podzielają tej wizji zwolennicy medioznawczych badań jakościowych – jednak wyniki ich dociekań mam za nieweryfikowalne.

49 Na przykład teza, że każdy reklamowany produkt jest najlepszy, jest absurdalna, bo tytuł pierwszeństwa należy się tylko jednemu produktowi danego rodzaju; szczepionki nie mogą jednocześnie chronić przed chorobami i ich wywoływać; Unia Europejska nie może jednocześnie niewolić i wyzwalać; pozbawianie życia za pomocą aborcji nie może służyć tolerancji i wolności... Generalnie trudno znaleźć w jakimkolwiek medialnym tekście takie twierdzenie, któremu inny tekst by nie zaprzeczył. Ludzie chronią się przed poznawczym dyskomfortem, selekcyjując teksty, ale to tylko obniża ich wiedzę.

Ale człowiek w hełmie na głowie znajduje się jeszcze pod kopułą. Kopuła ta – zwana JOS (intersubiektywnym), a w gruncie rzeczy nieomal tożsama z kulturą – jest drugim hełmem oddzielającym człowieka od rzeczywistości. Bywało, że kazała widzieć obraz świata wykrzywiony (co mogło skończyć się katastrofą), częściej jednak władanie kulturą nad człowiekiem wychodziło mu na dobre, bo okazywała się mocnym narzędziem przystosowania się *homo sapiens* do rzeczywistości. Nie ma jednak kultury bez jej najistotniejszej części, którą jest język; język posiada swój obraz świata (JOS) i pozostaje on w ścisłym sprzężeniu z tekstowymi obrazami (TOS). Na ogół je stabilizuje, bo muszą być zredagowane w jakimś zrozumiałym dla odbiorców języku, ale też zwolna ulega ich wpływowi.

Stąd wniosek, że nie można bezkarnie wygłaszać absurdów, siać propagandy, tworzyć postprawd, uprawiać tylko postmodernistycznej nauki, łamać systemów wartości itd., bo nieporządek w sferze *parole* przedostanie się w końcu do sfery *langue* i nasza kultura przestanie być do realnej rzeczywistości adekwatna.

Z wiadomym skutkiem.

## Bibliografia

Batko-Tokarz B., *Tematyczny podział słownictwa współczesnego języka polskiego: teoria, praktyka, leksykografia*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2019.

Berelson B., *Analiza treści*, [w:] *Teoria i metodologia badań nad prasą za granicą (przekłady)*, 3. *Analiza zawartości*, Ośrodek Badań Prasoznawczych RSW „Prasa”, Kraków 1970, s. 5-62 [przekład anonimowy fragmentu książki *Handbook of Social Psychology*, red. G. Lindzey, t. 1 i 2, Massachusetts 1959, t. 1, s. 488-518].

Dąbrowska-Cendrowska O., *Recepcja podręcznika „Analiza zawartości prasy” w kręgach badaczy mediów, czyli zaraźliwa metoda badawcza*, „Zeszyty Prasoznawcze”, nr 2, 2019, s. 117-127.

Flont M., Kajtoch W., Pieluzek M., *Perspektywy leksykalnej ilościowej analizy zawartości*, [w:] *Dyskurs: aspekty lingwistyczne, semiotyczne i komunikacyjne*, red. A. Kiklewicz, I. Uchmanowa-Szymogowa, Komisja Lingwistyki Dyskursu przy Międzynarodowym Komitecie Słowistów i Centrum Badań Europy Wschodniej UWM w Olsztynie, Olsztyn 2015, s. 129-145.

Gackowski T., Łączyński M., Majchrzyk Ł., Matyja A., Wieczorkowski M., *Skrypt do analizy zawartości prasy*, Wydział Dziennikarstwa i Nauk Politycznych Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa 2007.

Hallig R., von Wartburg W., *Begriffssystem als Grundlage für die Lexikographie. Versuch eines Ordnungsschemas*, 2., neu bearbeitete und erweiterte Auflage, Akademie-Verlag, Berlin 1963.

Jezyk A., *Najmłodsza polska poezja w świetle analizy zawartości*, „Zeszyty Prasoznawcze” nr 3-4, 2005, s. 100-116.

Kajtoch W., *Ciało medialne*, „Zeszyty Prasoznawcze” nr 3-4, 2004, s. 59-86.

- Kajtoch W., *Emocje i zmysły tekstowych bohaterów prasy młodzieżowej*, „Zeszyty Prasoznawcze” nr 1-2, 2008, s. 85-102.
- Kajtoch W., *Fizjologia w tekstach prasy młodzieżowej (ciało medialne II)*, [w:] *Kreowanie światów w języku mediów*, red. P. Nowak, R. Tokarski, Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, Lublin 2007, s. 251-280.
- Kajtoch W., *Językowe obrazy świata i człowieka w prasie młodzieżowej i alternatywnej*, t. 1 i 2, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2008.
- Kajtoch W., *O niektórych rodzajach badań prasy drukowanej*, [w:] *Medioznawstwo personalistyczne. T. 2. Wybrane zagadnienia z kultury mediów*, red. J. Jęczeń, P. Guzdek, Wydawnictwo KUL, Lublin 2018, s. 625-668.
- Kajtoch W., *Uwagi o współczesnej polskiej piosence patriotycznej*, [w:] *Medialne i transmedialne procesy narracyjne w identyfikacji postaw patriotycznych Polaków*, red. M. Kawka, W. Prażuch, P. Planeta, Libron, Kraków 2021, s. 333-356.
- Kłoskowska A., *Modele społeczne i kultura masowa*, [w:] *też: Z historii i socjologii kultury*, Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warszawa 1969, s. 420-450.
- Kołodziej J., *Analiza zawartości mediów*, [w:] *Słownik terminologii medialnej*, red. W. Pisarek, Towarzystwo Autorów i Wydawców Prac Naukowych Universitas, Kraków 2006, s. 6-8.
- Kołodziej J., *Klucz kategorizacyjny*, [w:] *Słownik terminologii medialnej*, red. W. Pisarek, Towarzystwo Autorów i Wydawców Prac Naukowych Universitas, Kraków 2006, s. 95.
- Kołodziej J., *Wartości polityczne. Rozpoznanie, rozumienie, komunikowanie*, Księgarnia Akademicka, Kraków 2011.
- Kozuch-Sierociuk R., *„Gazeta Lwowska” na tle polskiej prasy wydawanej na Ukrainie*, „Zeszyty Prasoznawcze”, nr 1-2, 2006, s. 93-109.
- Kozuch-Sierociuk R., *„Gazeta Lwowska” w latach 1991–2003. Analiza zawartości*, Kraków 2005 – maszynopis w moim posiadaniu.
- Lichański J., Kajtoch W., Trocha B., *Literatura i kultura popularna. Metody: propozycje i dyskusje*, Pracownia Literatury i Kultury Popularnej oraz Nowych Mediów, Wrocław 2015.
- Lisowska-Magdziarz M., *Analiza zawartości mediów. Przewodnik dla studentów. Wersja 1.1*, Uniwersytet Jagielloński, Kraków 2004.
- Masłowski W., Skowroński A., *Klucz kategorizacyjny do tematu „Selekcja czytelnicza dzienników”*, [w:] Pisarek W., *Analiza zawartości prasy*, Ośrodek Badań Prasoznawczych RSW „Prasa”, Kraków 1983, s. 190-195.
- Miodunka W., *Teoria pól językowych. Społeczne i indywidualne ich uwarunkowania*, Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Kraków 1980.
- Mytnik O., *Jak krytycy „Ruchu Muzycznego” oceniają muzykę, jej wydania i wykonanie*, „Zeszyty Prasoznawcze”, nr 3-4, 2007, s. 141-158.
- Pamuła S., *Metoda analizy zawartości prasy i jej zastosowanie w wybranych tygodnikach*, Wydaw-

nictwo Wyższej Szkoły Pedagogicznej w Częstochowie, Częstochowa 1996.

Pielużek M., *Obrazy świata w komunikacji polskiej skrajnej prawicy*, Wydział Filologiczny Uniwersytetu Wrocławskiego i Wydawnictwo Libron, Wrocław 2017.

Pielużek M., *Ideologiczne obrazy świata w mediach alternatywnych – nacjonalistów i anarchistów*, „Zeszyty Prasoznawcze”, nr 4, 2015, s. 795-828.

Pisarek W., *Analiza zawartości prasy*, Ośrodek Badań Prasoznawczych RSW „Prasa”, Kraków 1983.

Pisarek W., *Analiza zawartości prasy: drogi rozwoju*, „Zeszyty Prasoznawcze”, nr 2, 1983, s. 5-16.

Pisarek W., *Polskie słowa sztandarowe i ich publiczność*, Towarzystwo Autorów i Wydawców Prac Naukowych Universitas, Kraków 2002.

Pisarek W., *Słowa ważne i ważniejsze*, „Przegląd Humanistyczny”, nr 3, 2016, s. 11-20.

Piwowska A., *Trzy oblicza „Filipinki”*, „Zeszyty Prasoznawcze”, nr 3-4, 2003, s. 15-23.

Piwowska A., *Trzy oblicza „Filipinki”. Epizod z dziejów transformacji polskich pism młodzieżowych przelotem wieków*, Kraków 2003 – maszynopis w posiadaniu autora.

Planeta P., *Komputerowa analiza tekstu w dyskursach medialnych*, [w:] *Metody badań medjoznawczych i ich zastosowanie*, red. A. Szymańska, M. Lisowska-Magdziarz, A. Hess, IDMiKS UJ i Wydawnictwo ToC, Kraków 2018, s. 67-90.

Sieradzka-Baziur B., *Onomazjologiczny słownik online. Metodologia, zawartość, wykorzystanie w badaniach na przykładzie „Słownika pojęciowego języka staropolskiego”*, Instytut Języka Polskiego PAN, Kraków 2020.

Skowronek B., *Język w filmie. Ujęcie mediolingwistyczne*, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Pedagogicznego, Kraków 2020.

Tetelowska T., *Analiza i ocena treści dzienników*, „Zeszyty Prasoznawcze” nr 1, 1960, s. 7-22.

Wyka K., *Słowa-klucze*, [w:] tegoż: *O potrzebie historii literatury. Szkice polonistyczne z lat 1944–1967*, Państwowy Instytut Wydawniczy, Warszawa 1969, s. 153-166.

Tokarski R., *Od językowego obrazu świata do obrazów świata w języku*, „Język Polski” t. XCVI, z. 2, 2016, s. 28-37.

Tokarski R., *Słownictwo jako interpretacja świata*, [w:] *Współczesny język polski*, red. J. Bartmiński, Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, Lublin 2001, s. 343-370.

Żmigrodzki P., *Wielki słownik języka polskiego PAN – zasady opracowania*, wyd. 2, Instytut Języka Polskiego PAN, Kraków 2015.

**Krzysztof Kaszewski**

*Uniwersytet Warszawski*

ORCID: 0000-0002-8789-2405

## **Profilowanie w autoobrazowaniu mediów.**

### **Analiza porównawcza języka serwisu informacyjnego Programu Trzeciego Polskiego Radia w latach 2014-15 i 2020-21**

Celem artykułu jest ukazanie przydatności koncepcji profilowania pojęć do badań medialnego obrazowania świata, zarówno w ujęciu statycznym, opisowym, jak i dynamicznym, w perspektywie porównawczej. Jako przykład posłuży analiza autoobrazowania radiowego serwisu informacyjnego („Serwisu Trójki”) oraz jego macierzystej stacji (Programu Trzeciego Polskiego Radia) w latach 2014-15 oraz 2020-21.

#### **Profilowanie pojęć jako metoda badawcza<sup>1</sup>**

Koncepcja profilowania pojęć jest związana z badaniami językowego obrazu świata i semantyką językoznawczą. Przyjmuje się, że każdy z języków ukazuje rzeczywistość w indywidualny, do pewnego stopnia niepowtarzalny sposób, swoiście ją kategoryzując, opisując, interpretując i wartościując. Cechy kojarzone z określonym obiektem w danym języku (danej społeczności) nie muszą być istotne obiektywnie (naukowo), często są to atrybuty stereotypowe, czyli „powtarzalne, ustabilizowane właściwości typowego obiektu należącego do danej kategorii”<sup>2</sup>, mogą mieć charakter skojarzeniowy, opierając się na codziennych doświadczeniach przeciętnego człowieka (podmiotu poznającego). Całokształt utrwalonych społecznie wyobrażeń o danym przedmiocie, przechowywanych i potwierdzonych językowo, nazywa się konceptem (lub stereotypem) bazowym lub też bazą doświadczeniową (lub wyobrażeniową).

Profilowanie to zabieg językowo-pojęciowy opierający się na selekcji i hierarchizacji danych zawartych w konceptie bazowym. W zależności od przyjętego punktu widzenia, typu racjonalności i hierarchii wartości, nadawca wypowiedzi eksponuje

---

1 W artykule przywołuję i stosuję koncepcję profilowania pojęć w rozumieniu Jerzego Bartmińskiego i innych badaczy z kręgu lubelskiego, nie zajmuję się natomiast profilowaniem w ujęciu RONALDA LANGACKERA. Podobieństwa i różnice obu ujęć profilowania – por. U. Majer-Baranowska, *Dwie koncepcje profilowania pojęć*, „Etnolingwistyka”, nr 16, 2004, s. 85-109.

2 J. Bartmiński, *Definicja kognitywna jako narzędzie opisu konotacji*, [w:] *Profilowanie pojęć. Wybór prac*, red. J. Bartmiński, Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, Lublin 1993, s. 83.

niektóre właściwości przedmiotu obrazowania, marginalizuje zaś lub pomija inne<sup>3</sup>. W wyniku takiej rekonfiguracji cech powstaje profil, czyli zrelatywizowany podmiotowo wariant wyobrażenia przedmiotu. Podkreślić tu należy podmiotowość operacji profilowania<sup>4</sup> oraz fakt, że profile nie są kolejnymi znaczeniami leksemów odnoszących się do danego pojęcia, lecz sposobem organizacji cech zawartych w określonych znaczeniach.

Liczba możliwych profili danego pojęcia jest nieograniczona. Niektóre profile określonych pojęć są utrwalone kulturowo i rozpowszechnione społecznie, inne tworzy się doraźnie, na potrzeby chwili, określonego czasu, celu itp. Relacje między kolejnymi profilami pojęcia mogą mieć rozmaity charakter, wskazuje się m.in. relacje komplementarności, harmonijnego współdziałania, wynikania i dopełniania. Z biegiem czasu, pod wpływem okoliczności profilowanie danego pojęcia może ewoluować<sup>5</sup>.

Podczas rekonstrukcji profili zwraca się szczególną uwagę m.in. na:

- a. sposoby językowego wskazywania obiektu w tekstach i w języku – stosowane nazwy pospolite i/lub własne;
- b. relacje nazw przedmiotu z innymi określeniami, przede wszystkim: hiperonimię (w tym kategoryzację wstępną przedmiotu) i hiponimię, synonimię, typowe opozycje (czemu obiekt jest przeciwstawiany) i typowe kolekcje (z czym jest wspólnie wymieniany);
- c. aspekty (fasety) – ogólne kategorie grupujące cechy określonego typu, np. [WYGLĄD], [DZIAŁANIA], [MIEJSCE WYSTĘPOWANIA], [ZAWARTOŚĆ], [FUNKCJE] itp.; podobne pojęcia mają podobne zestawy faset;
- d. typowe treści wypełniające poszczególne fasety.

Poszczególne profile danego pojęcia mogą różnić się w każdym z wymienionych wskaźników, mogą też tylko w wybranych. Różnice mogą mieć charakter ilościowy (częstość występowania określonych typów środków, form), jak i jakościowy (treść, odniesienie do rzeczywistości – np. określona faseta podobnie często jest aktywowana w różnych profilach, ale inaczej się ją wypełnia).

Omawiana metodologia ma ogromny potencjał dla badań językowego obrazu rzeczywistości, w tym także medialnego i promocyjnego obrazowania świata<sup>6</sup>. Może

3 J. Bartmiński, *Językowe podstawy obrazu świata*, Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, Lublin 2006, s. 99.

4 S. Niebrzegowska-Bartmińska, *Definiowanie i profilowanie pojęć w (etno)lingwistyce*, Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, Lublin 2020, s. 418.

5 J. Bartmiński, *Zmiany stereotypu Niemca w Polsce. Profile i ich historyczno-kulturowe uwarunkowania*, [w:] *Profilowanie w języku i w tekście*, red. J. Bartmiński, R. Tokarski, Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, Lublin 1998, s. 211-224.

6 Przegląd dotychczasowych zastosowań metody – por. S. Niebrzegowska-Bartmińska, *O profilowaniu językowego obrazu świata*, „Poradnik Językowy”, nr 1, 2015, s. 30-44; S. Niebrzegowska-Bartmińska, *Definiowanie...*, s. 249-263.

być zatem bardzo użyteczna nie tylko dla lingwistów, lecz także dla medioznawców, politologów, kulturoznawców, specjalistów PR-u czy marketingu. Do podstawowych zalet profilowania pojęć należy zaliczyć precyzję i uporządkowanie opisu obrazowania wynikające ze standaryzacji procedury badawczej; łatwe porównywanie zrekonstruowanych obrazów dzięki zastosowaniu struktury fasetowej; możliwość wskazania, co w odtworzonych obrazach jest kopią sądów typowych, utrwalonych językowo i społecznie, a co podmiotową inwencją danego nadawcy – dzięki odniesieniu do konceptu bazowego (jeśli został wcześniej lub równoległe opisany).

W dalszej części artykułu profilowanie pojęć wykorzystuję do analiz sytuacji szczególnej, kiedy nadawca przedstawia samego siebie (i ewentualnie obiekty pod jakimś względem bardzo bliskie samemu sobie), czyli dokonuje autoobrazowania, które w dodatku ściśle wiąże się z autoprezentacją oraz (auto)promocją wizerunkową. Mimo specyfiki tej sytuacji, przedstawiona metodologia pozostaje niezwykle przydatna – jeżeli bowiem w swoich przekazach wybrany nadawca medialny niektóre informacje o sobie eksponuje, inne zaś marginalizuje lub pomija, to kształtuje w ten sposób swój autoobraz, czyli profil autopromocyjny pojęć ‘Serwis Trójki’ oraz (pośrednio) ‘Trójka’ (czy też ‘Program Trzeci Polskiego Radia’) i ‘Polskie Radio’.

### **Autoobrazowanie, autoprezentacja, autopromocja nadawców medialnych – ustalenia terminologiczne**

Współczesne media powiadamiają odbiorców nie tylko o ważnych lub interesujących wydarzeniach wokół nas, lecz także – coraz częściej – o samych sobie. Przyczyn tego zjawiska jest wiele, to m.in. wolnorynkowa rywalizacja z innymi nadawcami czy zmienne, ciągle ewoluujące oczekiwania odbiorców względem oferty medialnej,

Komunikowanie o sobie nieuchronnie wiąże się z tworzeniem i podsuwaniem odbiorcy własnego portretu, kreowanego za pomocą słów i (w części sytuacji) obrazów wizualnych. W przypadku nadawców medialnych, nastawionych na pozyskanie i utrzymanie jak największej liczby odbiorców, obraz siebie nie może być przypadkowy ani tym bardziej niekorzystny; jest on więc (a przynajmniej powinien być) konstruowany świadomie i celowo. Obraz ten ma ukazywać medium jak najbardziej pozytywnie, bywa sygnalizowany na różne sposoby, mniej lub bardziej jawnie – nadawca jest bowiem dość znacznie ograniczany, m.in. prawem czy zasadami grzeczności przyjętymi w danej kulturze.

Komunikowanie mediów o sobie można oglądać i opisywać z co najmniej trzech perspektyw. Z lingwistycznego punktu widzenia jest ono autoobrazowaniem (lub samoobrazowaniem). Z perspektywy psychologicznej takie autoobrazowanie, zwłaszcza publiczne, świadome i celowe, jest typem autoprezentacji, czyli „próbą zakomunikowania poprzez nasze wypowiedzi, zachowania niewerbalne i działa-



nia, kim jesteśmy albo za kogo chcielibyśmy być uważani przez innych<sup>7</sup>. Z kolei z perspektywy marketingowej można o tym samym procesie mówić w kategoriach autopromocji, zwłaszcza w odniesieniu do podmiotów takich jak media. Za autopromocję mediów uznaje się w polskim prawie<sup>8</sup> i marketingu<sup>9</sup> każdą działalność promocyjną prowadzoną na własnych łamach czy własnej antenie<sup>10</sup>. Autopromocja ma dwa wymiary: prosprzedażowy (mający bezpośrednio zwiększać sprzedaż produktu) oraz wizerunkowy, mający kształtować świadomość odbiorcy, czyli budować i utrwalać pozytywne skojarzenia dotyczące produktu. Autoobrazowanie i autoprezentacja ściśle wiążą się z tym drugim typem autopromocji, która może być jawna (reklamy, zapowiedzi itp.) lub ukryta, czyli wymykająca się pełnej świadomości odbiorcy oraz regulacjom legislacyjnym.

Przedmiotem analizy w niniejszym artykule są drobne elementy językowe „wszywane” w medialne przekazy informacyjne, które nie są przez odbiorców kojarzone z promocją. Za element autoobrazowania (a równocześnie autoprezentacji i autopromocji) uznaję pojedyncze słowo, połączenie słów (konstrukcję doraźną lub utartą i powielaną) lub całe wypowiedzenie, które:

- a. odnosi się do danego nadawcy medialnego lub jego produktu, do innego nadawcy należącego do tej samej grupy właścicielskiej lub jego produktu, ewentualnie do różnego typu zbiorowości obejmującej nadawcę medialnego;
- b. jest rezultatem świadomego i celowego działania (istnieją fakty i racjonalne argumenty za tym przemawiające);
- c. nie wiąże się bezpośrednio z zasadniczym tematem przekazu (dotyczącym określonego wydarzenia);
- d. ma spowodować, że odbiorca będzie myślał o nadawcy w określony sposób, pożądanym marketingowo (najczęściej chodzi o pozytywne wartościowanie).

Przykładowe elementy uznane na mocy powyższych kryteriów za autoobrazujące, autoprezentacyjne i autopromocyjne:

- (1) *Piotr Jaśkowiak, zapraszam na „Serwis Trójki”* [10-9-20,8]<sup>11</sup>
- (2) *Ile szkół musiało przejść na nauczanie zdalne – powiemy za chwilę* [10-9-20,20]

7 E. Aronson, T. D. Wilson, R. M. Akert, *Psychologia społeczna. Serce i umysł*, Zysk i S-ka Wydawnictwo, Poznań 1997, s. 254.

8 *Ustawa o radiofonii i telewizji*, <https://www.gov.pl/web/krrit/ustawa-o-radiofonii-i-telewizji> [dostęp: 5 października 2022].

9 A. Jupowicz-Ginalska, *Medialna autopromocja – próba klasyfikacji (rys teoretyczny)*, [w:] *Oblicza komunikacji społecznej. Wokół problematyki marketingu i public relations w nowoczesnym społeczeństwie*, red. M. Kaczmarczyk, Oficyna Wydawnicza „Humanitas” i Verbum, Sosnowiec-Praha, s. 93-114.

10 Warto zatem podkreślić, że jest to rozumienie specyficzne, sprzeczne z intuicją i budową słowotwórcza terminu: nie każde samodzielne promowanie siebie przez media jest autopromocją, ale tylko to, które odbywa się na własnej antenie czy łamach.

11 Zapis [10-9-20,8] oznacza „Serwis Trójki” nadany 10 września 2020 r. o godz. 8.00.

(3) *Dziś może zapaść decyzja w sprawie ograniczeń sanitarnych w naszym kraju* [11-1-21,8]

Przykład (1) opiera się na podstawowym środku autoprezentacyjnym, czyli nazwie własnej, tu: „Serwis Trójki”. Jest to element szablonowy, fraza standardowo pojawiająca się na początku analizowanego serwisu (zmieniają się personalia lektorów i lektorów). Zapraszanie stwarza atmosferę grzeczności i szacunku, implicytnie i pośrednio wskazuje też na walory serwisu – wszak typowo zaprasza się na coś, co będzie dla zapraszanego przyjemne czy pożyteczne. Ponieważ przywołany szablon pełni funkcję nie tylko autopromocyjną, lecz także – a może przede wszystkim – delimitacyjną, fatyczną i informacyjną, przykład ten ilustruje typowe dla współczesnych mediów zjawisko autopromocyjnego „zagospodarowywania” przestrzeni pierwotnie służącej innym celom.

Przykłady (2) i (3) to elementy o charakterze indywidualnym (okazjonalne i jednostkowe, niepowielane w rozmaitych serwisach). W przykładzie (2) pojawił się czasownik *powiemy*, który w tym kontekście wskazuje tylko nadawcę medialnego i mówi o jego przyszłych działaniach, akcentując podmiotowość (MY powiemy). W przykładzie (3) występuje połączenie *w naszym kraju*, w którym zaimek subtelnie ukazuje (sugeruje), że nadawca medialny należy do polskiego społeczeństwa (użycie nazwy własnej – *w Polsce* – nie dawałoby takiego efektu).

W każdej z powyższych wypowiedzi informację o świecie można by przekazać bez odwoływania się do form językowych bezpośrednio wskazujących nadawcę medialnego. Ich pojawienie się nie jest konieczne i umotywowane treścią, lecz głównie albo w znacznej mierze autoprezentacyjne i autopromocyjne – ma utrwalać nazwę marki oraz ukazywać medium w korzystnym świetle. Na to, że takie działania w przekazach medialnych są zaplanowane, wskazują też różnice (czasem wyraźne) w liczbie i treści takich elementów w przekazach różnych nadawców, m.in. ogólnopolskich stacji radiowych<sup>12</sup>, jak też ewentualne zmiany natężenia czy sposobów komunikowania o sobie przez tego samego nadawcę<sup>13</sup>.

### **Program Trzeci Polskiego Radia oraz „Serwis Trójki” w latach 2014-15 oraz 2020-21**

Program Trzeci Polskiego Radia (lub mniej oficjalnie Trójka) to jedna z ogólnopolskich anten radia publicznego. Od początku istnienia stacja starała się docierać do odbiorców reprezentujących młode i średnie pokolenie, stosunkowo dobrze wykształconych i sytuowanych, zamieszkałych głównie w dużych miastach.

12 K. Kaszewski, *Media o sobie. Językowe elementy autopromocyjne w przekazach informacyjnych prasy, radia i telewizji*, Wydawnictwo Naukowe Semper, Warszawa 2018, s. 364-375.

13 Na przykład „Gazeta Wyborcza” w pewnym momencie przestała pisać o sobie „Gazeta”, a zaczęła konsekwentnie stosować określenie „Wyborcza”.

Trójka zawsze dbała o silną obecność słowa w ramówce, m.in. dzięki licznym reportażom, wywiadom i audycjom kulturalnym (w tym satyrycznym i kabareto- wym). Promowano ambitną muzykę rozrywkową, zwłaszcza w autorskich audycjach z indywidualnie dobranej muzyką. Program Trzeci był z założenia stacją typowo prezenterką, opartą na osobowościach prowadzących. Na antenie Trójki tworzono atmosferę luźniejszą niż w pozostałych programach ogólnopolskich Polskiego Ra- dia (co nie znaczy, że była ona nonszalancka). Typowe dla trójkowych audycji było nastawienie na kontakt ze słuchaczami, traktowanymi życzliwie i po partnersku.

Dla badań w niniejszym artykule istotne jest to, że wiele różni Trójkę z lat 2014-15 od tej z okresu 2020-21. Wybrane dane dotyczące dwóch badanych prze- działów czasowych zawiera tabela 1.

Tabela 1. Wybrane cechy Programu Trzeciego PR w latach 2014-15 oraz 2020-21

	PROGRAM TRZECI PR 2014-15	PROGRAM TRZECI PR 2020-21
Dyrektor (redaktor naczelny)	Magda Jethon	Tomasz Kowalczewski, Jakub Strzyczkowski, Michał Narkiewicz-Jodko, Paweł Kwieciński (p.o.)
Udział w czasie słuchania (15-75 lat)	6,7% (IV kw. 2014) 7,2% (I kw. 2015)	2,4% (IV kw. 2020) 2,1% (I kw. 2021)

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych KRRiT<sup>14</sup>

Zmiany kadrowe nie dotyczyły tylko kierownictwa stacji. W 2020 r. w Programie Trzecim przestało pracować wielu popularnych dziennikarzy i prowadzących, od lat związanych ze stacją (m.in. Magda Jethon, Kuba Strzyczkowski, Marek Niedźwiec- ki, Wojciech Mann, Michał Nogaś, Robert Kantereit, Piotr Kaczkowski, Marcin Ky- dryński<sup>15</sup>), a w konsekwencji znikły niektóre prowadzone przez nich audycje.

„Serwis Trójki” to typowa radiowa audycja informacyjna, nadawana o pełnych godzinach od 6.00 do 0.00<sup>16</sup>. W okresie 2014-15 niektórym wydaniom towarzy- szył serwis sportowy, w ramówce 2020-21 został on oddzielony czasowo od serwi-

<sup>14</sup> *Informacja o audytorium radiowym w Polsce w I kwartale 2021 roku*, oprac. M. Trochimczuk, Warszawa 2021, <https://www.gov.pl/web/krrit/raporty-kwartalne2> [dostęp: 5 października 2022]; *Informacja o audytorium radiowym w Polsce w IV kwartale 2020 roku*, oprac. M. Trochimczuk, Warszawa 2021, <https://www.gov.pl/web/krrit/raporty-kwartalne2> [dostęp: 5 października 2022].

<sup>15</sup> Wiele z wymienionych tu osób weszło w skład redakcji dwóch nowych rozgłośni – Radia Nowy Świat i Radia 357.

<sup>16</sup> W okresie 2014-15 były dodatkowe wydania serwisu w paśmie porannym i popołudniowym – o godz. 6.30, 7.30, 8.30, 17.30, 18.30.

su głównego. W serwisach informacyjnych Trójki nie występują dzingle, liny ani podkład muzyczny. Serwis czyta jedna osoba, kobieta lub mężczyzna.

### Analiza materiału

Głównym celem poniższych analiz jest ukazanie autoobrazowania „Serwisu Trójki” (i pośrednio Programu Trzeciego PR) w dwu okresach: 2014-15 oraz 2020-21, a także porównanie, czy owo samoobrazowanie pod jakimiś względami się zmieniło. Program informacyjny stacji radia publicznego został wybrany do badania porównawczego z uwagi na to, że od 2014 r. mocno się zmienił pod względem kadrowym i merytorycznym. Interesujące poznawczo jest w tej sytuacji przyjrzenie się, czy wraz z nowymi władzami i dziennikarzami zmieniły się sposoby autoobrazowania serwisu i jego macierzystej stacji<sup>17</sup>.

Badane elementy są niewątpliwie związane z promocyjnym (marketingowym) punktem widzenia (stacji radia publicznego także musi zależeć na tym, aby prezentować się jako wartościowa i lepsza od konkurencji), a spojrzenie dotyczy samego nadawcy, ewentualnie obiektów do niego należących lub bardzo mocno z nim powiązanych. Analiza materiału obejmuje dane ilościowe i jakościowe. Ukazują natężenie badanego zjawiska i porównują je w obu okresach, a następnie poddają oglądowi sposoby wskazywania siebie przez badany radiowy serwis informacyjny, sposoby wskazywania stacji macierzystej i stacji pokrewnych, proporcje między ekskluzywnością i inkluzywnością w badanym zbiorze, a także najczęściej aktywowane fasety obrazu i treści zwykle je wypełniające.

### Natężenie elementów autopromocyjnych w „Serwisie Trójki”

Podstawowe dane dotyczące częstości występowania elementów autopromocyjnych w badanych serwisach w dwóch badanych okresach ukazuje tabela 2.

Tabela 2. Natężenie autopromocji w „Serwisie Trójki” w latach 2014-15 i 2020-21

	„SERWIS TRÓJKI” 2014-15	„SERWIS TRÓJKI” 2020-21
Łączny czas 48 zbadanych serwisów	241 min	230 min
Średni czas jednego serwisu	5 min 1 s	4 min 47 s
Łączna liczba el. autopromocyjnych w 48 zbadanych serwisach	206	283

<sup>17</sup> Ewentualne zaobserwowane zmiany językowe mogą niewątpliwie wynikać równocześnie z wielu czynników, jednak generalną wymianę kadry można zaliczać do podstawowych przyczyn zmian merytorycznych i językowych w serwisie.

	„SERWIS TRÓJKI” 2014-15	„SERWIS TRÓJKI” 2020-21
Średnia liczba el. autopromocyjnych w minucie serwisu	0,85	1,23

Źródło: opracowanie własne

Dane w tabeli 2 ukazują przede wszystkim to, że autoobrazowanie występuje w radiowym serwisie informacyjnym, mimo że jest on dość krótki (przeciętnie ok. 5 min) i merytorycznie nie jest ono tam niezbędne. W każdej minucie badanych serwisów pojawił się średnio jeden interesujący mnie element.

Natężenie badanych elementów nieco wzrosło w drugim okresie: w trochę krótszych serwisach znalazło się ich więcej. Warto jednak dodać, że wynika to głównie z większej liczby elementów szablonowych o charakterze metatekstowym, czyli stałych formuł wyrażających rozpoczęcie i zakończenie serwisu, a także odsyłających odbiorców do radiowej strony WWW. Tego typu elementy stanowiły w latach 2020-21 ponad 60% przykładów, podczas gdy w latach 2014-15 – niecałe 47%. Obecna autoprezentacja „Serwisu Trójki” silniej opiera się więc na elementach skrajnie szablonowych<sup>18</sup>.

### Sposoby wskazywania siebie

Do analizy kwalifikowano wszystkie formy językowe bezpośrednio odnoszące się do badanego serwisu, jego redakcji, macierzystej stacji czy stacji pokrewnych, jak również formy nazywające zbiorowości, do których włączano zespół badanego serwisu i/lub stacji. Znaleziono przykłady reprezentowały cztery sposoby wskazywania siebie: nazwy własne lub połączenia rzeczowników pospolitych i nazw własnych (np. „Serwis Trójki” czy *prezes Polskiego Radia*), czasowniki w pierwszej osobie liczby mnogiej (np. *sprawdzimy, łączymy się*), zaimek *nasz* (np. *na naszej antenie*), zaimek *my* (np. *czeka nas chłodny dzień*). Częstość wykorzystania różnych sposobów w okresach 2014-15 i 2020-21 przedstawia tabela 3.

Tabela 3. Częstość użycia różnych sposobów wskazywania siebie przez „Serwis Trójki”

<sup>18</sup> Piszę „skrajnie szablonowych”, ponieważ cała autopromocja wszyta w przekazy informacyjne jest z natury dość szablonowa – ma bowiem oddziaływać subtelnie i niezauważalnie, nie zaś przykuwać uwagę jak np. reklamy.

SPOSÓB WSKAZYWANIA SIEBIE	„SERWIS TRÓJKI” 2014-15	„SERWIS TRÓJKI” 2020-21
Nazwa własna lub połączenie rzeczownika pospolitego i nazwy własnej	59,2%	75,3%
Czasownik w 1. os. lm.	27,7%	15,9%
Zaimek <i>nasz</i>	7,3%	6,7%
Zaimek <i>my</i>	5,8%	2,1%

Źródło: opracowanie własne

W obu badanych okresach występuje taka sama kolejność czterech podstawowych typów środków. Zdecydowanie dominują nazwy własne, zauważalną frekwencję mają czasowniki w formie pierwszej osoby liczby mnogiej (czyli formy MY), niewielką rolę odgrywają zaimki *nasz* oraz *my* (najwyraźniej zbyt lakoniczne jak na ulotny przekaz ustny).

Dominacja nazw własnych w znacznej mierze wynika z natury radia jako medium. Przekaz wyłącznie oralny zmusza nadawcę do częstego identyfikowania się, przypominania odbiorcom, jakiej stacji i/lub audycji właśnie słuchają – nazwy własne czynią to najprecyzyjniej. Przyczyny dominacji nazw własnych są też ściśle autopromocyjne – ich częste stosowanie sprzyja utrwalaniu nazwy marki medialnej.

Obszerna kategoria nazw własnych jest w przypadku radia wewnętrznie zróżnicowana. Oprócz tytułów audycji i nazw stacji typowe jest posługiwanie się połączeniami obu tych onimów lub też włączanie nazwy stacji do tytułu audycji, co ukazuje analizowany przekaz, czyli „Serwis Trójki”. Częste łączenie tytułu serwisu informacyjnego z nazwą stacji to wyraz kolektywnej, całościowej natury przekazu radiowego – każda pozycja ramówki ma pracować na sukces całej stacji, której nazwa pozostaje znakiem wywoławczym, spoiwem oferty i gwarancją jej jakości.

Jeśli przyjrzeć się dokładniej proporcjom wewnątrz najobszerniejszej kategorii nazw własnych, to w latach 2020-21 w analizowanym serwisie przybyło wszystkich typów nazw własnych i ich połączeń, jednak godne szczególnej uwagi wydają się trzy zmiany.

Po pierwsze częściej używano pełnej, rozbudowanej nazwy stacji (*Program Trzeci Polskiego Radia*), nieco rzadziej natomiast wersji mniej oficjalnej (*Trójka*)<sup>19</sup>. W efekcie autoobrazowanie nabrało charakteru bardziej oficjalnego, bliższego Pierwszemu Programowi.

Po drugie pojawiły się odwołania do Pierwszego Programu oraz Polskiego Radia 24, które nie występowały w materiale 2014-15, np.:

<sup>19</sup> Nie uwzględniam tu użyc tytułu badanego serwisu (brak możliwości wyboru).

(4) *Rząd zacznie znosić ograniczenia, kiedy tylko będzie to możliwe – mówił w Programie Pierwszym Polskiego Radia szef kancelarii premiera Michał Dworczyk [19-11-20,20]*

(5) *Związek Polaków na Białorusi jest solą w oku Aleksandra Łukaszenki – powiedział w Polskim Radiu 24 wiceszef telewizji Bielsat [27-3-21,15]*

Po trzecie w latach 2020-21 chętniej przywoływano także nazwę Polskie Radio jako instytucji matki:

(6) *Czy i jakie zmiany będą w rządzie, dowiemy się jeszcze w tym tygodniu – zapowiada w Polskim Radiu rzecznik Rady Ministrów [22-9-20,8]*

(7) *Jak dowiedzieli się nieoficjalnie Polskie Radio, Ines Todryk zadzwoniła do swojej mamy i poinformowała, że wraz z mężem jest wieziona do Mińska, prawdopodobnie do aresztu [14-4-21,15]*

Czynienie z Polskiego Radia jednego organizmu szczególnie dobrze ilustruje przykład (7), w którym mówi się o konkretnych działaniach konkretnego reportera reprezentującego zapewne konkretną składową Polskiego Radia. Obrazowanie metonimicznie czyni go jednak elementem całej instytucji, opuszczając bardziej precyzyjne informacje. „Serwis Trójki” w latach 2020-21 silniej podkreślał więc, że zarówno on sam, jak i macierzysta stacja to część Polskiego Radia, wyraźniej akcentował całościowy charakter działań tego nadawcy. Może to być uznane za jeden z dowodów tego, że radio publiczne w 2020-21 r. stało się pod wieloma względami znacznie bardziej ujednoczone.

Innego rodzaju zmiana w stosunku do starszej części materiału to funkcjonowanie linera kończącego (niemal) każdy serwis, zawierającego nazwę własną portalu internetowego: „Więcej informacji na portalu PolskieRadio24.pl”. Jest to jednocześnie forma autopromocji, środek wspomagający starania o ciągłość kontaktu z odbiorcą, dostosowanie się do współczesnych standardów nadawcy radiowego oraz oznaka pogoni za komercyjną konkurencją (tego typu linery funkcjonowały w radiu RMF FM i w Radiu ZET już w latach 2014-15).

Autoprezentacyjne środki pierwszoosobowe pojawiały się w obu badanych okresach znacznie rzadziej niż trzecioosobowe, ale i w tej kategorii wystąpiły różnice. Najważniejsza zmiana dotyczy czasowników w 1. os. lm. – form takich wyraźnie ubyło w latach 2020-21.

Analizy sposobów komunikowania nadawcy o sobie wymagają zwrócenia uwagi na proporcje form ekskluzywnych (wskazujących tylko nadawcę) i inkluzywnych (wskazujących i nadawcę, i odbiorcę – a czasem też jeszcze inne osoby). Ekskluzywne są wszystkie formy trzecioosobowe, wprost nazywające nadawcę medialnego i nikogo poza nim. Formy pierwszoosobowe mogą być albo ekskluzywne, albo inkluzywne, co najczęściej daje się ustalić poprzez analizy treści i formy przekazu, z uwzględnieniem kontekstu i pozajęzykowej, ogólnej wiedzy o świecie, np.:

(8) *Później powiemy o rozmowach prezydenta z harcerzami* [22-2-21,20]

(9) *Polski Instytut Ekonomiczny opublikował raport, z którego wynika, że niechętnie dzielimy się danymi z publicznymi instytucjami* [14-4-21,20]

W przykładzie (8) pojawia się czasownik *powiemy*, który na podstawie wiedzy o świecie i sytuacji może dotyczyć wyłącznie nadawcy medialnego – nikt inny niczego w radiowym serwisie nie powie. Z kolei przykład (9) nie odnosi się tylko do radia, ponieważ na podstawie wiedzy o świecie można przyjąć, że badanie Polskiego Instytutu Ekonomicznego dotyczyło tylko Programu Trzeciego PR (a dalszy ciąg tej informacji wprost wyklucza taką możliwość) – chodzi tu o ogół Polaków, do którego nadawca medialny siebie zalicza.

Częstość form ekskluzywnych i inkluzywnych w badanym materiale w dwóch analizowanych okresach ukazuje tabela 4.

Tabela 4. Częstość pierwszoosobowego i trzecioosobowego wskazywania siebie przez „Serwis Trójki”

SPOSÓB WSKAZYWANIA SIEBIE	„SERWIS TRÓJKI” 2014-15	„SERWIS TRÓJKI” 2020-21
Formy 3. os. (=nazwy własne)	59,2%	75,3%
Formy 1. os.	40,8%	24,7%
w tym ekskluzywne	24,3%	7,4%
w tym inkluzywne	16,5%	17,3%

Źródło: opracowanie własne

W latach 2020-21 wyraźnie przybyło form trzecioosobowych, czyli precyzyjnie i bezkontekstowo nazywających coś dotyczącego nadawcy medialnego: badany serwis, stację macierzystą, stację pokrewną itp. Jest to zmiana, którą można widzieć jako jawnie autopromocyjną – używanie medialnych nazw własnych nie wnosi niczego do przekazywanych informacji o świecie.

Istotna zmiana zaszła też w zbiorze form pierwszoosobowych: w latach 2014-15 formy te częściej mówiły o działaniach samego nadawcy medialnego, czyli były ekskluzywne:

(10) *Tuż przed oskarową galą, która, przypominajmy, już w nocy, kolejna nagroda dla „Idy” Pawła Pawlikowskiego* [22-2-15,8]

(11) *Euro na granicy czterech złotych. My pytamy, czy to już koniec spadków i czy warto kupić więcej waluty* [14-4-15,15]

(12) *Do tej sprawy będziemy wracali w serwisach Trójki* [10-9-14,20]

Posługiwanie się czasownikami organizującymi komunikację i nazywającymi działania medium, w rodzaju *przypomnijmy, pytamy, będziemy wracali*, wynikało z dźwiękowej natury przekazu, jego ulotności, natychmiastowości i awizualności.



Typowy dla nich był czas terażniejszy, wzmagający dynamikę przekazu, bardzo istotną dla radia, lub też przyszły, zapowiadający i projektujący przyszłość – nadawcy medialnego i jego słuchaczy. Niektóre formy MY mają wciągać słuchacza w działanie stacji (pogranicze opozycji ekskluzywność – inkluzywność), czyniąc ją liderem wspólnoty komunikacyjnej – takie działania ukazują przykład (12).

W materiale z lat 2020-21 było inaczej: formy MY bardzo rzadko wyrażały ekskluzywność, znacznie częściej wskazywały pewne zbiorowości, do których należał lub miał należeć nadawca medialny. Pierwszoosobowe czasowniki (zaimków było bardzo mało) najczęściej akcentowały istnienie wspólnoty polskiego społeczeństwa i przypominały o tym, że stacja do niej należy. Przykłady takich elementów zostaną ukazane w dalszej części analiz, podczas omawiania fasety RELACJE Z INNYMI.

Podsumowując obserwacje dotyczące form ekskluzywnych i inkluzywnych, można stwierdzić, że badane elementy w obu okresach znacznie częściej wskazywały samego nadawcę medialnego niż grupę, do której się on zalicza, zmieniły się jednak sposoby wyrażania tych treści. W latach 2014-15 ekskluzywność trzecioosobową silnie wspierała pierwszoosobowa, czyli formy bardziej naturalne i niewskazujące na pierwszy rzut oka na (samą) stację radiową. W latach 2020-21 ekskluzywność była już niemal wyłącznie trzecioosobowa.

#### Aktywizowane fasety i treści je wypełniające

Fasety (aspekt<sup>20</sup>) obrazu czegoś Stanisława Niebrzegowska-Bartmińska definiuje następująco: „wiązka cech składająca się na eksplikację, wiązka odkrywana drogą analizy materiału, a nie narzucana z zewnątrz, choć wtórnie bywa też traktowana jako siatka porządkująca materiał i ułatwiająca porównywanie opisów”<sup>21</sup>. Poszczególne fasety obrazu są jednocześnie kategoriami skupiającymi elementy tekstowe związane z określonymi typami cech obrazowanego obiektu.

W tabeli 5 ukazuję, jakie fasety i z jaką częstością były aktywowane w autoobrazie „Serwisu Trójki” w dwóch badanych okresach.

Tabela 5. Fasety autoobrazu aktywowane w „Serwisie Trójki” w latach 2014-15 i 2020-21

FASETA	„SERWIS TRÓJKI” 2014-15	„SERWIS TRÓJKI” 2020-21
POSIADANE DOBRA	29,7%	24,4%
PRZEDSTAWIANIE SIĘ	20,4%	25,8%
DZIAŁANIA	12,9%	7,8%

20 O możliwości odróżniania pojęć ‘fasety’ i ‘aspekt’ – por. S. Niebrzegowska-Bartmińska, *Definiowanie...*, s. 219-220.

21 Ibidem.

FASETA	„SERWIS TRÓJKI” 2014-15	„SERWIS TRÓJKI” 2020-21
RELACJE Z INNYMI	12,2%	11,1%
LOKALIZATOR	12,2%	20,3%
OBIEKT	7,9 %	9,4%
ODBIORCA	2,2%	0,3%
LOKALIZACJA	1,1%	0,6%
inne	1,4%	0,3%

Źródło: opracowanie własne

Podstawa struktury fasetowej autoobrazu jest stabilna: w obu okresach najczęstsze są te same aspekty – POSIADANE DOBRA oraz PRZEDSTAWIANIE SIĘ – obejmujące łącznie ponad połowę przykładów. Ich dominacja wynika z regularnego stosowania szablonowych formuł identyfikujących, zawierających nazwę stacji – *Program Trzeci Polskiego Radia* oraz tytuł audycji – „*Serwis Trójki*”.

Niewielka różnica między dwoma badanymi okresami (POSIADANE DOBRA przeważały nad PRZEDSTAWIANIEM SIĘ w pierwszym badanym okresie, w drugim było odwrotnie) wynika głównie stąd, że w serwisach z lat 2020-21 prawie zawsze używano pełnego tytułu „*Serwis Trójki*”, podczas gdy we wcześniejszym okresie chętnie stosowano ogólniejszą, gatunkową nazwę *serwis*. Częstsze używanie nazwy własnej zamiast pospolitej należy do podstawowych (stosunkowo bezpiecznych) zabiegów nieformalnej autopromocji.

Istotniejsze różnice dotyczą aspektów LOKALIZATOR oraz DZIAŁANIA. Kategoria LOKALIZATOR obejmuje przykłady, które ukazują serwis radiowy, stację lub stronę internetową jako lokalizację określonych dóbr:

- (13) *Więcej informacji na portalu PolskieRadio24.pl*
- (14) *Szef kancelarii premiera powiedział w Pierwszym Programie Polskiego Radia, że w ciągu pierwszej godziny zarejestrowało się ponad sto tysięcy osób [11-3-21,8]*
- (15) *Doktor Sutkowski w Polskim Radiu 24 przestrzegał jednak przed zbytym rozluźnieniem [25-4-21,20]*

Wzrost udziału aspektu LOKALIZATOR w latach 2020-21 wynika przede wszystkim ze stosowania linera kończącego serwis, ukazanego w przykładzie (13). Oferowanym dobrem są tu informacje, co jest oczywiście uzgodnione z naturą właśnie kończącej się audycji (radiowego serwisu informacyjnego). Ponadto pojawia się typowo reklamowy zabieg oparty na słowie *więcej* – przysłówku w stopniu wyższym, który jest przydatniejszy perswazyjnie od stopnia najwyższego (Bralczyk 2004, 91-

95). Nie mówi się tu jednak nic o jakości, a jedynie odwołuje do zdroworozsądkowego poglądu że ‘więcej’ znaczy ‘lepiej’.

Przykłady (14), (15), a także wcześniej przytaczane (4)-(6) wskazują inne anteny radia publicznego lub Polskie Radio w całości jako miejsce występowania określonych dóbr. Podstawowe jest w takiej sytuacji stosowanie konstrukcji przyimek *w* + rzeczownik w miejscowniku, aktywizujące typową dla ludzkiego myślenia o świecie metaforę pojemnika. Dobrem ukazywanym w takich przykładach są najczęściej wypowiedzi, a elementem, na który warto dodatkowo zwrócić uwagę w analizach, czasowniki towarzyszące cytatom – w materiale oprócz neutralnego *powiedział(a)* wystąpiły także: *przestrzegał*, *zapowiada*, *zaznaczyła*, *wyraził nadzieję*. Czasowniki pojawiające się po wypowiedzi mogą pełnić rozmaite zadania: z jednej strony ułatwiać odbiór, z drugiej nim sterować. Mogą być też dla nadawcy medialnego narzędziem autoprezentacji, zwłaszcza jeżeli używa się określeń w rodzaju *ujawnia*, *przyznaje*, *wyznaje* (w badanym materiale radiowym ich nie było, ale chętnie sięgają po nie np. tabloidy<sup>22</sup>).

Wyraźny spadek częstości w okresie 2020-21 dotyczył kategorii DZIAŁANIA. Sam wynik procentowy nie odzwierciedla sytuacji w pełni – liczba elementów odsyłających do aspektu DZIAŁANIA pozostała na podobnym poziomie, tyle że w materiale z lat 2020-21 było więcej wszystkich elementów autopromocyjnych, czyli elementów mówiących o działaniach nie przybyło proporcjonalnie do innych.

Elementy mówiące o DZIAŁANIACH dotyczyły w obu okresach głównie organizacji komunikacji:

(16) *A serwis z a czyn a my od informacji o wizycie przedstawicieli Organizacji Bezpieczeństwa i Współpracy w Europie* [11-3-15,15]

(17) *Za chwilę w „Serwisie Trójki” powiemy o wynikach kontroli NIK-u* [14-4-15,15]

(18) *Jeszcze do dajmy, że w Olsztynie wspólny spacer rozpocznie się o godzinie dziesiątej przy Wysokiej Bramie na Starym Mieście* [3-10-20,8]

(19) *Za chwilę sprawdzimy, jak ostatnie statystyki ocenia Sanepid* [22-9-20,20]

Za pomocą czasowników *zaczynamy* (16), *powiemy* (17) czy *dodajmy* (18) mówiono o tym, co działo się (lub będzie się dziać) na antenie. W okresie 2020-21 dość popularny stał się czasownik *sprawdzimy* – przykład (19) – który nie występował w materiale wcześniejszym. Sprawdzanie ma subtelnie sugerować takie pozytywne cechy nadawcy medialnego, jak aktywność, dociekliwość, wytrwałość w dążeniu do prawdy. Może też oznaczać realizację funkcji kontrolnej mediów („patrzenie na ręce” władzom, urzędnikom itp.).

22 Por. K. Kaszewski, *Media...*, s. 197-208

Znacznie rzadziej mówi się w latach 2020-2021 o działaniach przedstawicieli stacji w terenie:

(20) *Nasza reporterka pytała w jednym z warszawskich kantorów, czy to jest dobry moment, żeby kupić euro na przykład na wakacyjne wyjazdy* [14-4-15,15]

(21) *Spotkanie śledzi nasz reporter* [3-2-21,15]

Podkreślanie aktywności reporterów czy korespondentów nie było ważnym elementem autoobrazowania Programu Trzeciego PR<sup>23</sup> także we wcześniejszym badanym okresie, jednak w materiale z lat 2020-21 stało się wręcz symboliczne, co koreluje z zanikiem elementów odsyłających do faset ODBIORCA (medium bądź jego przedstawiciel jako odbiorca i adresat czyjejś wypowiedzi – np. *...mówi Trójce minister...*) oraz LOKALIZACJA (nadawca medialny lub jego przedstawiciel znajdujący się w określonym miejscu – np. *w Moskwie jest nasz korespondent*). Reporterzy Trójki pełnią niemal zawsze rolę sprawozdawców czy referentów, pomijając mówienie o swoich (ewentualnych) działaniach, staraniach itp.

Inną zmianą w nowszej części korpusu było częstsze pojawianie się władz radia jako podmiotów działających. Występowały określenia *szef, prezes, dyrektor*:

(22) *To kolejna akcja publicznego radia wspierająca wdowy po policjantach – mówi prezes Polskiego Radia Agnieszka Kamińska* [18-12-20,8]

(23) *Kolejne przedmioty podarowane przez przyjaciół Jedyinki trafiają na piątą licytację, która rozpocznie się za godzinę i potrwa do dwunastej – mówi szef Pierwszego Programu Polskiego Radia Marcin Kusy* [4-12-20,8]

(24) *WDNA Trójki jest pomaganie – dodaje dyrektor Programu Trzeciego Michał Narkiewicz-Jodko* [18-12-20,8]

Działania osób sprawujących ważne funkcje w radiu publicznym były zawsze wypowiedziami, zawierającymi zazwyczaj treści przedstawiające stację w bardzo pozytywnym świetle, np. że chętnie i intensywnie pomaga innym. W przykładach pojawiają się określenia wprost nazywające taką działalność – *wspierająca* (22), *pomaganie* (24) oraz elementy wzmacniające efekt perswazyjny, np. *kolejna* (22), (23).

Na podobnym poziomie częstości pozostała faseta RELACJE Z INNYMI, gromadząca elementy wskazujące na związek zespołu serwisu czy stacji z określoną grupą ludzi. W obu badanych okresach elementy tego typu wskazywały wspólnotę narodową, czyli stacja radiowa chętnie orzekała o swojej przynależności do polskiego społeczeństwa. W materiale z lat 2020-21 zaszła jednak wyraźna zmiana w sposobie wyrażania – badany serwis przestał używać w tym celu zaimka *nasz*, który stosowano wcześniej, co ukazują przykłady (25)-(27):

23 Odróżnia to Trójkę od stacji komercyjnych, zwłaszcza od RMF FM, które bardzo często mówi o działalności w terenie (K. Kaszewski, *Media...*, s. 372). Jest to kolejny dowód na to, że obecność (lub brak) badanych elementów to wynik zamierzonej strategii autoprezentacyjnej.

- (25) *Rosjanie twierdzą, że polski rząd zaniża wielkość strat, jakie nasi rolnicy ponieśli w związku z rosyjskim embargiem* [11-3-15,20]
- (26) *Z raportu OECD w sprawie pensji pedagogów wynika, że ich wynagrodzenia w naszym kraju są wciąż poniżej średniej Organizacji Współpracy Gospodarczej i Rozwoju* [10-9-14,8]
- (27) *Nasze preferencje w tej dziedzinie badała firma doradztwa gospodarczego KPMG* [13-11-14,20]

W takich przykładach różne formy zaimka *nasz* można wymieniać na przymiotnik *polski* lub rzeczownik *Polska* (w odpowiednim przypadku). Dobrani wspólnymi tak podkreślanymi były zwykle władze i inne elementy organizacji państwa, sektory gospodarki, usług publicznych czy określone grupy zawodowe – rolnicy (25), nauczyciele (26). Nierzadko chodziło też o wszystkich Polaków – ich ujmowane łącznie opinie, zwyczaje, postawy, jak w przykładzie (27).

W okresie 2020-21 zaimki wskazujące obiekty wspólne zastępowano chętnie(j) określeniami wprost komunikującymi polskość. Językowo zwiększono w ten sposób bezkontekstowość wypowiedzi, komunikacyjnie zaś – dystans między odbiorcą przekazu a przywoływanymi obiektami, np. strukturami państwa. Treści dotyczące RELACJI Z INNYMI wyrażano niemal wyłącznie przy użyciu czasowników MY:

- (28) *Wnocy przedstawiamy zegarki i będziemy spać o godzinę krócej* [27-3-21,20]
- (29) *A to od tempa dystrybucji szczepionek, jak mówi doktor Michał Sutkowski, zależy, jak szybko opanujemy epidemię* [31-1-21,8]
- (30) *W Polsce mamy ponad milion siedemset tysięcy ozdrowieńców* [27-3-21,8]

W przykładzie (28) mowa o działaniu (*przedstawiamy*), które dotyczy wszystkich mieszkańców Polski (posiadających analogowe zegarki), ale każdy wykonuje je oddzielnie, indywidualnie. Przykłady (29) i (30) reprezentują dość obszerną grupę przykładów tematycznie związanych z pandemią koronawirusa. W wielu wypowiedziach na ten temat występują czasowniki MY, które można interpretować dwojako – z jednej strony jako wskazujące ogół Polaków lub Polskę, z drugiej – jako formy zneutralizowane osobowo. *Opanujemy* w przykładzie (29) to najprawdopodobniej ‘Polacy’ (opanują), lub ‘Polska’ (opanuje), ale *mamy* w przykładzie (30) to raczej po prostu ‘jest’.

## Podsumowanie

Przeprowadzone metodą profilowania pojęć analizy autoobrazowania (i równocześnie autoprezentacji oraz autopromocji wizerunkowej) „Serwisu Trójki” oraz Programu Trzeciego Polskiego Radia pozwalają na sformułowanie kilku wniosków.

Po pierwsze badany serwis informacyjny w obu analizowanych okresach utrzymywał stosunkowo niewielkie natężenie autoprezentacji, zwłaszcza w porównaniu do stacji komercyjnych, ale też w stosunku do Pierwszego Programu Polskiego Ra-

dia<sup>24</sup>. Trójka pozostaje więc stacją, która pod względem autopromocyjnym dość starannie (jak na współczesne standardy medialne) przestrzega reguł klasycznego informowania.

Po drugie zaobserwowano szereg większych i mniejszych zmian w sposobach autoprezentacji „Serwisu Trójki” i Programu Trzeciego. W latach 2020-21 częściej używano nazw własnych; stację zaczęto chętniej określać oficjalnie jako *Program Trzeci* niż *Trójka*, sięgano też po nazwy innych anten publicznych (*Pierwszy Program PR, Polskie Radio 24*) oraz całej instytucji (*Polskie Radio*). Ubyło czasowników w pierwszej osobie liczby mnogiej, zwłaszcza wskazujących sam zespół serwisu lub stacji (czyli MY ekskluzywnego), a zaimek *nasz* przestał mówić o obiektach i sprawach wspólnych dla wszystkich członków polskiego społeczeństwa czy państwa. Wśród aspektów obrazu w latach 2020-21 wzrosło znaczenie fasety LOKALIZATOR, m.in. dzięki wprowadzeniu linera odsyłającego do portalu internetowego polskieradio24.pl oraz powoływania się na inne niż PR3 stacje radia publicznego. Ubyło natomiast elementów aktywujących fasetę DZIAŁANIA, które już wcześniej występowały w trójkowym serwisie znacznie rzadziej niż u innych nadawców ogólnopolskich. Nowością z kolei było pojawienie się elementów mówiących o działaniach władz radia. W efekcie w obrazie własnym stacji zaistniał komponent instytucjonalny, właściwie nieobecny we wcześniejszym okresie.

Podsumowując te zmiany, możemy stwierdzić, że mówienie o serwisie i całej stacji w okresie 2020-21 stało się bardziej szablonowe i oficjalne, a przekaz bardziej statyczny. Zbliżyło to analizowaną antenę radia publicznego do tradycyjnie najbardziej oficjalnej Jedynki, osłabiło zaś wizerunek Trójki jako stacji nieco mniej formalnej i silniej niż inne anteny radia publicznego nastawionej na partnerstwo ze słuchaczami<sup>25</sup>. Ponadto w późniejszym okresie postawiono na podkreślanie całościowego i instytucjonalnego charakteru działalności Polskiego Radia, silniej akcentując współpracę między jego członkami. Z jednej strony może to być korzystne wizerunkowo (przyjąwszy, że większy zespół może więcej, zapewnia ofertę lepszą ilościowo i jakościowo), z drugiej – zdaje się świadczyć o silnym, odgórnym, scentralizowanym zarządzaniu, prowadzącym do znacznego ujednoczenia oferty i zatarcia (się) indywidualności poszczególnych anten. Ograniczenie różnorodności perspektyw zwykle prowadzi do ograniczenia różnorodności audytorium, co może tłumaczyć jego wyraźny spadek (por. dane w tabeli 1).

Po trzecie, zmiany zaobserwowane w serwisie informacyjnym badanej stacji radia publicznego są pod wieloma względami podobne do zmian, jakie zaszły z czasem

24 Por. K. Olejnik, „*To dla Ciebie gra Twoje radio*” – nadawca i odbiorca stacji radiowej we wspólnej przestrzeni komunikacyjnej, [w:] R. Dybalska, D. Kępa-Figura, P. Nowak, *Przemoc w języku mediów? Analiza semantyczna i pragmatyczna audycji radiowych*, Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, Lublin 2004, s. 216-217; K. Kaszewski, *Media...*, s. 364-365.

25 K. Olejnik, „*To dla Ciebie...*”, s. 225.

w podstawowym programie informacyjnym państwowej telewizji, czyli w „Wiadomościach” TVP1. Przeprowadzone przeze mnie wcześniej badania programu telewizyjnej Jedynki z lat 2015 i 2019 pokazały m.in., że w publikowanych tam materiałach przybyło nazw własnych, formy pierwszoosobowe stały się niemal wyłącznie inkluzywne i dotyczyły ogółu Polaków, ubyto komunikowania o własnych działaniach (zespołu) medium, chętniej podkreślano przynależność programu do Telewizji Polskiej i ukazywano całościowo działalność tej instytucji<sup>26</sup>. Zmiany języka i autoobrazowania różnych mediów publicznych korelują czasowo ze zmianami politycznymi w Polsce po wyborach parlamentarnych w 2015 r. i będącymi ich następstwem metamorfozami kadrowymi w Telewizji Polskiej i Polskim Radiu.

Po czwarte, zmiany zachodzące w czasie w przekazach jednego nadawcy to kolejny dowód na to, że badane elementy nie pojawiają się w przekazach medialnych przypadkowo czy mechanicznie, lecz używa się ich świadomie i celowo, a w różnych okresach ten sam nadawca medialny może stosować różne strategie, co koreluje m.in. ze zmianami składu zespołu i kierownictwa stacji.

Po piąte, przedstawione analizy pokazują, że badanie językowych sposobów autoobrazowania, autoprezentacji czy autopromocji wizerunkowej może być wiarygodnym źródłem informacji o przeobrażeniach nadawcy medialnego. Ewolucja medium wpływa bowiem nie tylko na dobór i sposób prezentacji informacji o otaczającym świecie, lecz również na to, jak ukazuje ono samo siebie.

Po szóste wreszcie, uchwycone zmiany i wnioski przekonują, że profilowanie pojęć może być skuteczną, precyzyjną metodą badawczą medialnego obrazowania świata, stanowiąc narzędzie przydatne w analizach nie tylko czysto lingwistycznych, lecz także w badaniach medioznawczych. Co więcej, opisaną na wstępie „minimalną” procedurę analityczną łatwo rozwijać i wzbogacać, np. w analizach autoprezentacji mediów konieczne i przydatne okazało się rozróżnienie form ekskluzywnych i inkluzyjnych i zwrócenie uwagi na zmieniające się proporcje ich użycia. Profilowanie pojęć także dobrze współgra z innymi paradygmatami badawczymi lingwistyki i innych dyscyplin.

## Bibliografia

Aronson E., Wilson T. D., Akert R. M., *Psychologia społeczna. Serce i umysł*, Zysk i S-ka Wydawnictwo, Poznań 1997.

Bartmiński J., *Definicja kognitywna jako narzędzie opisu konotacji*, [w:] *Profilowanie pojęć. Wybór prac*, red. J. Bartmiński, Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, Lublin 1993, s. 75-89.

---

<sup>26</sup> K. Kaszewski, *Językowe elementy autopromocyjne w „Wiadomościach” TVP1. Analiza porównawcza 2015-2019*, „Studia Medioznawcze”, nr 3, 2020, s. 649-660.

Bartmiński J., *Zmiany stereotypu Niemca w Polsce. Profile i ich historyczno-kulturowe uwarunkowania*, [w:] *Profilowanie w języku i w tekście*, red. J. Bartmiński, R. Tokarski, Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, Lublin 1998, s. 211-224.

Bartmiński J., *Językowe podstawy obrazu świata*, Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, Lublin 2006.

Bralczyk J., *Język na sprzedaż*, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk 2004.

*Informacja o audytorium radiowym w Polsce w I kwartale 2021 roku*, oprac. M. Trochimczuk, Warszawa 2021, <https://www.gov.pl/web/krrit/raporty-kwartalne2> [dostęp: 5 października 2022].

*Informacja o audytorium radiowym w Polsce w IV kwartale 2020 roku*, oprac. M. Trochimczuk, Warszawa 2021, <https://www.gov.pl/web/krrit/raporty-kwartalne2> [dostęp: 5 października 2022].

Jupowicz-Ginalska A., *Medialna autopromocja – próba klasyfikacji (rys teoretyczny)*, [w:] *Oblicza komunikacji społecznej. Wokół problematyki marketingu i public relations w nowoczesnym społeczeństwie*, red. M. Kaczmarczyk, Oficyna Wydawnicza „Humanitas” i Verbum, Sosnowiec-Praha 2013, s. 93-114.

Kaszewski K., *Media o sobie. Językowe elementy autopromocyjne w przekazach informacyjnych prasy, radia i telewizji*, Wydawnictwo Naukowe Semper, Warszawa 2018.

Kaszewski K., *Językowe elementy autopromocyjne w „Wiadomościach” TVP1. Analiza porównawcza 2015-2019*, „Studia Medioznawcze”, nr 3, 2020, s. 649-660.

Majer-Baranowska U., *Dwie koncepcje profilowania pojęć*, „Etnolingwistyka”, nr 16, 2004, s. 85-109.

Niebrzegowska-Bartmińska S., *O profilowaniu językowego obrazu świata*, „Poradnik Językowy”, nr 1, 2015, s. 30-44.

Niebrzegowska-Bartmińska S., *Definiowanie i profilowanie pojęć w (etno)lingwistyce*, Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, Lublin 2020.

Olejniak K., *„To dla Ciebie gra Twoje radio” – nadawca i odbiorca stacji radiowej we wspólnej przestrzeni komunikacyjnej*, [w:] R. Dybalska, D. Kępa-Figura D., P. Nowak, *Przemoc w języku mediów? Analiza semantyczna i pragmatyczna audycji radiowych*, Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, Lublin 2004, s. 205-234.

*Ustawa o radiofonii i telewizji*, <https://www.gov.pl/web/krrit/ustawa-o-radiofonii-i-telewizji> [dostęp: 5 października 2022].



**Magdalena Ślawska**

*Uniwersytet Śląski w Katowicach*

ORCID: 0000-0002-4265-6708

## O świadomości gatunkowej – wokół mediolingwistycznego modelu badań kompetencji nadawczych

Kategorię *świadomości gatunkowej* należy wpisać w siatkę pojęciową genologii. Maria Wojtak wskazuje, że jest to jedno z pojęć (obok *konwencji, swobody twórczej*) dopełniających instrumentarium badawcze genologii teoretycznej<sup>27</sup>. Genologia to jeden z nurtów badawczych prezentujących lingwistyczne ujęcie języka i komunikacji<sup>28</sup>, a w kontekście badania mediów doprecyzowywana jest jako genologia dziennikarska lub genologia medialna<sup>29</sup>. Wprowadzanie poziomu kompetencji gatunkowej do myślenia o tworzeniu i odbieraniu tekstów medialnych pozwala na próbę analizowania umiejętności, ale i sposobu doboru konkretnych gatunków przez ich użytkowników.

Świadomość gatunkową traktuję za Marią Wojtak „analogicznie do innych rodzajów świadomości (językowej, komunikacyjnej, stylistycznej)”<sup>30</sup> – zarówno jako wiedzę, jak i zbiór umiejętności. Za lubelską badaczką przyjmuję, że „kompetencja gatunkowa obejmuje zatem: wiedzę o gatunkach, znajomość wzorców konkretnych gatunków, umiejętność stosownej dyskursywnej realizacji wzorców”<sup>31</sup>. Ślad myślenia o świadomości gatunkowej odnaleźć można także u Stanisława Gajdy oraz Michała Bachtina. Gajda wskazuje bowiem na dwa elementy kompetencji językowej, są to: intencje działania językowego i wzorce (konwencje) działania: „Działanie języko-

27 Por. M. Wojtak, *Genologia medialna czy po prostu genologia*, [w:] *Współczesne media. Problemy i metody badań nad mediami*, t. 2, red. I. Hofman, D. Kępa-Figura, Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, Lublin 2019, s. 200-201.

28 Perspektywę genologii lingwistycznej przedstawia monografia Bożeny Witosz: *Genologia lingwistyczna. Zarys problematyki*, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice 2005.

29 Problematyka genologii medialnej (tak jak sama genologia) wyrasta z dwóch zasadniczych nurtów: genologii literackiej/ literaturoznawczej oraz genologii lingwistycznej. Ujęcie, które jest mi bliższe, prezentują trzy artykuły w tomie *Współczesne media. Problemy i metody badań nad mediami*, t. 2, red. I. Hofman, D. Kępa-Figura, Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, Lublin 2019: M. Wojtak, *Genologia medialna czy po prostu genologia*, s. 189-204; B. Grochala, *Genologia lingwistyczna w służbie medioznawstwa*, s. 205-219; M. Ślawska, *Perspektywa genologiczna w badaniu tekstów prasowych/ medialnych*, s. 221-234.

30 M. Wojtak, *Wzorce zachowań językowych a praktyka komunikacyjna*, [w:] *Kształtowanie się wzorów i wzorców językowych*, red. A. Piotrowicz, K. Skibski, M. Szczyszek, Wydawnictwo Poznańskie, Poznań 2009, s. 21.

31 Ibidem.

we ma bowiem charakter intencjonalny, prowadzi się je z pewnym zamiarem, jest nastawione na osiągnięcie jakiegoś celu, a językowe intencje urzeczywistniają się przede wszystkim w wyborze określonych konwencji, w tym gatunkowych”<sup>1</sup>. Według Bachtina z kolei:

mówimy wyłącznie przy użyciu określonych gatunków mowy, tzn. wszelkie nasze wypowiedzi posługują się konkretnymi, względnie trwałymi i typowymi formami konstruowania całości. Dysponujemy bogatym repertuarem ustnych (i pisemnych) gatunków mowy. Choć teoretycznie możemy w ogóle nie wiedzieć o ich istnieniu, w praktyce stosujemy je zręcznie i pewnie. Nadajemy naszym myślom różnorodne formy gatunkowe, nie podejrzewając nawet ich funkcjonowania (...)<sup>2</sup>.

Powyższa myśl Bachtina ma odzwierciedlenie w całej współczesnej genologii: sąd o tym, że każda wypowiedź jest ujęta w konkretny gatunek, że nie ma tekstów bezgatunkowych, była dla genologów niezwykle inspirująca. Ale w tym fragmencie chciałabym przede wszystkim zwrócić uwagę na rzeczywistość komunikacyjną. Bachtin podkreśla, że używamy gatunków często intuicyjnie, a ich realizację możemy dostrzec w naszej praktyce komunikacyjnej. Ich różnorodne formy gatunkowe mają odbicie w naszej świadomości.

Badacze wyróżniali poziom gatunkowy kompetencji, nazywając go: *świadomością gatunkową*, *świadomością genologiczną*, *kompetencją generyczną*<sup>3</sup>. Skłaniam się ku terminom świadomość gatunkowa lub kompetencja gatunkowa, w których wyraźnie zaznaczony zostaje przedmiot opisu, czyli i abstrakcyjny wzorzec, i komuni-

- 1 S. Gajda, *Gatunkowe wzorce wypowiedzi*, [w:] *Współczesny język polski*, red. J. Bartmiński, Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, Lublin 2010, s. 260.
- 2 M. Bachtin, *Estetyka twórczości słownej*, tłum. D. Ulicka, oprac. E. Czajlejewicz, Państwowy Instytut Wydawniczy, Warszawa 1986, s. 373.
- 3 Prezentacja kompetencji gatunkowej pojawiała się w wielu tekstach. Na szczególną uwagę zasługuje monografia Moniki Zaśko-Zielińskiej: *Przez okno świadomości. Gatunki mowy w świadomości użytkowników języka*, Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław 2002. Ale przywołam kilka tekstów autorów, którzy także odwoływali się do tego poziomu kompetencji, a ich prace podam zgodnie z kolejnością daty wydania: M. Głowiński, *Gatunek literacki i problemy poetyki historycznej*, [w:] *Problemy teorii literatury*, wybór H. Markiewicz, Zakład Narodowy im. Ossolińskich – Wydawnictwo, Wrocław 1987, s. 123-143; I. Borkowski, *Hasło wyborcze – gatunek mowy i jego funkcja w świadomości użytkowników polszczyzny (na materiale ankietowym)*, [w:] *Mowa rozświetlona myślą. Świadomość normatywno-stylistyczna współczesnych Polaków*, red. J. Miodek, współudział M. Zaśko-Zielińska, I. Borkowski, Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław 1999, s. 269-282; M. Balowski, *Świadomość gatunkowa a wzorzec normatywny (na przykładzie gatunków prasowych)*, [w:] *Gatunki mowy i ich ewolucja. T. 1. Mowy piękno wielorakie*, red. D. Ostaszewska, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice 2000, s. 316-329; H. Grzmil-Tylutki, *Gatunek w świetle francuskiej teorii dyskursu*, Towarzystwo Autorów i Wydawców Prac Naukowych Universitas, Kraków 2007, s. 73-74; M. Wojtak, *Wzorce zachowań językowych...*, s. 21-23; J. Fras, *O typologii wypowiedzi medialnych i dziennikarskich*, Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław 2013, s. 131-138; M. Kasiak, *Artykuł publicystyczny w świadomości genologicznej dziennikarzy prasowych*, „Studia Medioznawcze” nr 4, 2015, s. 83-94; M. Wojtak, *Zmienność w jedności, czyli o gatunkach prasowych i ich metamorfozach*, [w:] *Problemy i nadzieje współczesnego dziennikarstwa*, red. G. Filip, Wydawnictwo Uniwersytetu Rzeszowskiego, Rzeszów 2016, s. 112-113.

kacyjna praktyka. Jednocześnie chcę podkreślić, że pojęcie *kompetencja generyczna* także wydaje się odpowiednie, nosi bowiem w sobie ślad nazwy *genry mowy*<sup>4</sup>. Natomiast *świadomość genologiczna* kieruje nas w stronę samej dyscypliny – genologii – i może być rozumiana jako wiedza z zakresu tej perspektywy badawczej. Sądzę, że trzeba również podkreślić wymiennosc pojęć *kompetencja* i *świadomość*. W definicjach obu pojawia się wyjaśnienie, że jest to wiedza o czymś, zakres wiedzy. Jednak *świadomość* obejmuje dodatkowo zdolności mentalne, biologiczne, a także to, że jest właściwością umysłu<sup>5</sup>, wskazuje na zdolność poznawania siebie oraz umiejętność własnej oceny. Natomiast *kompetencja* odnosi się także do zagadnień zawodowych, instytucjonalnych, odzwierciedla umiejętność podejmowania działań, które wynikają z wiedzy i doświadczenia.

Gatunek jest podstawową kategorią genologii, w perspektywie kompetencyjnej ujmując go jako sposób wykonania działania komunikacyjnego, które zależy od poziomu kompetencji, *świadomości gatunkowej nadawcy*<sup>6</sup>. Można zatem traktować gatunek jako wyraz pewnych intencji, jako realizację *świadomości gatunkowej*. Gatunek może więc być próbą nadawczego odtworzenia znajomości reguł wzorca, wyrazem samoświadomości, odtworzonym schematem komunikacyjnym w planie nadawczym.

W monografii *Sztuka mediów. O świadomości gatunkowej dziennikarzy prasowych* interesujące mnie pojęcie zaprezentowałam teoretycznie, przedstawiając je na tle *świadomości językowej, kompetencji komunikacyjnej, kompetencji pragmatycznej, kompetencji dyskursywnej oraz tekstowej* (tekstotwórczej)<sup>7</sup>. Ta dialogowość ujęć kompetencyjnych pozwoliła je wzajemnie oświetlić i zdefiniować pojęcie *świadomości gatunkowej*. W poniższym artykule pominię taki sposób oglądu kompetencji. *Świadomość gatunkową* zaprezentuję w dwóch perspektywach: normatywnej oraz komunikacyjno-dyskursywnej. W nich bowiem kryje się rozumienie *świadomości*, w której istotne jest odtwarzanie wzorca, a także intencja nadawcza oraz szczególna

4 Por. A. Wierzbicka, *Genry mowy*, [w:] *Tekst i zdanie. Zbiór studiów*, red. T. Dobrzyńska, E. Janus, Zakład Narodowy im. Ossolińskich – Wydawnictwo, Wrocław 1983, s. 125-137.

5 Por. S. Gajda, *Ku świadomości językowej*, [w:] *Świadomość językowa*, red. J. Nocoń, A. Tabisz, Wydawnictwo Uniwersytetu Opolskiego, Opole 2014, s. 15.

6 Opisując gatunek przez pryzmat kompetencji, posłużyłam się pomysłem Barbary Sandig, twórczyni i reprezentantki stylistyki pragmatycznej, która w podobny sposób opisywała zagadnienie stylu. Zob. B. Sandig, *Stilistik der deutschen Sprache*, Walter de Gruyter, Berlin–New York 1986, za: M. Wojtak, A. Siwiec, *Świadomość stylistyczna na tle wybranych składników jej kontekstu pojęciowego*, [w:] *Mowa rozświetlona myślą. Świadomość normatywno-stylistyczna współczesnych Polaków*, red. J. Miodek, współudział M. Zaśko-Zielińska, I. Borkowski, Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław 1999, s. 49.

7 Por. rozdział: M. Ślawska, *Strategia – interpretacja – interakcja. Konceptualizacja pojęcia świadomości gatunkowej*, [w:] *też*, *Sztuka mediów. O świadomości gatunkowej dziennikarzy prasowych*, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice 2019, s. 31-54.

sytuacja komunikacyjna. Z pola widzenia nie znika również szczególna relacja między gatunkiem a tekstem oraz gatunkiem a dyskursem.

### Świadomość gatunkowa – perspektywa normatywna

Ujęcie gatunku jako pewnego rodzaju normy, wzorca, schematu czy prototypu jest najczęstszą próbą definicji samego gatunku<sup>8</sup>. Jest on prezentowany jako „kulturowo i historycznie ukształtowany oraz ujęty w społeczne konwencje sposób językowego komunikowania się; wzorzec organizacji tekstu”<sup>9</sup>. Kompetencja gatunkowa będzie to zatem umiejętność przekładania schematu abstrakcyjnego na konkretny tekst, wyrażać się będzie w znajomości wzorca. Ta umiejętność zastosowania pewnej gatunkowej formy w tworzeniu swojego tekstu jest wyrazem normatywności świadomości gatunkowej<sup>10</sup>. Jednocześnie ujęcie normatywne bardzo mocno podkreśla relację gatunku i tekstu. Gatunek jest konstruktem teoretycznym na pewnym poziomie abstrakcji<sup>11</sup>, a tekst płaszczyzną aktualizacji, konkretyzacji. Tekst będzie więc realizacją gatunkowego wzorca, rzeczywistym i realnym wytworem. Gatunek zaś formą, która uaktualnia się w konkretnym tekście.

O perspektywie normatywnej w myśleniu o gatunku pisze Halina Grzmil-Tylutki: „[...] wszyscy podzielamy przekonanie, iż gatunek jest kategorią normatywną, (makro)znakiem, konwencją, sposobem komunikowania. Norma ta może być ideałem teoretycznym [...], albo ideałem empirycznym, do którego – jako pierwowzoru – starają się zbliżyć nie tylko formy literackie, ale też inne [...]”<sup>12</sup>, dodać można – także użytkowe czy medialne. Od pojęcia normy gatunkowej wychodzi także Monika Zaśko-Zielińska. W swojej monografii dotyczącej świadomości gatunkowej pisze: „[...] świadomość gatunkowa to nie tylko refleksje, które towarzyszą na co dzień naszej komunikacji, ale także przekonanie, że jakaś wypowiedź jeszcze reprezentuje określony wzorzec gatunkowy, natomiast inna już nie”<sup>13</sup>. Autorka, przekładając na sferę gatunkową pojęcia z zakresu językoznawstwa normatywnego, kultury języka,

8 Por. M. Wojtak, *Gatunki prasowe*, Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, Lublin 2004, s. 16; B. Witosz, *Genologia lingwistyczna. Zarys problematyki*, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice 2005, s. 113.

9 S. Gajda, *Gatunkowe wzorce wypowiedzi*, [w:] *Współczesny język polski*, red. J. Bartmiński, Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, Lublin 2010, s. 255.

10 Mirosława Ampel-Rudolf podkreśla relację gatunku i normy w artykule, którego tytuł bardzo dobrze oddaje tę relację: M. Ampel-Rudolf, *Gatunek jako normatywna organizacja komunikatu*, [w:] *Norma a komunikacja*, red. M. Steciąg, M. Bugajski, Wydawnictwo Atut, Wrocław 2009, s. 87.

11 Por. M. Wojtak, *Gatunki prasowe...*, s. 16; B. Witosz, *Tekst i/a gatunek. Jeden czy dwa modele*, [w:] *Gatunki mowy i ich ewolucja. T. 2. Tekst a gatunek*, red. D. Ostaszewska, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice 2004, s. 41-42.

12 H. Grzmil-Tylutki, *Gatunek – kategoria analizy dyskursu*, „Biuletyn Polskiego Towarzystwa Językoznawczego”, z. 65, 2009, s. 87.

13 M. Zaśko-Zielińska, *Przez okno świadomości. Gatunki mowy w świadomości użytkowników języka*, s. 28.

wskazuje na nieco inną perspektywę normy i uzusu w myśleniu o gatunku: »[...] celem normy gatunkowej jest nie tyle wskazanie tego, co poprawne i błędne, ile możliwie całościowe zaprezentowanie sytuacji komunikacyjnej, z jaką związany jest gatunek, gdyż świadomość językowa sprzyja poprawności wypowiedzi. Wśród obowiązujących kryteriów poprawności językowej najważniejsze dla normy gatunkowej wydaje się kryterium uzualne<sup>14</sup>, czyli użytkowe – bardzo mocno nakierowuje nas to na twórcę, nadawcę tekstu. Zaśko-Zielińska uznaje także, że do najważniejszych cech normy gatunkowej należy zaliczyć: użyteczność i funkcjonalność<sup>15</sup>.

Ujęcie świadomości gatunkowej w kontekście normatywnym podkreśla kwestię samego gatunku jako wzorca, struktury, schematu – jako normy, a przede wszystkim jego znajomość przez nadawcę komunikatu. Jednocześnie wyraźnie zaznacza sytuację jego użycia, wykonania, tekstowej realizacji, w której gatunek jako norma jest ważnym składnikiem kompetencji generycznej. Gatunek jest w tym ujęciu »gramatyką komunikacji<sup>16</sup>, a poziom kompetencyjny będzie wyrazem znajomości jej zasad w konkretnym tekście. Jednocześnie trzeba pamiętać o elastyczności norm gatunkowych, zwłaszcza w kontekście komunikacji medialnej. Perspektywa normatywna dobrze obrazuje perspektywę relacji tekstu i gatunku – pozwala na zrozumienie świadomości gatunkowej jako umiejętności zrozumienia tej relacji.

### **Świadomość gatunkowa – perspektywa komunikacyjno-dyskursywna**

Inną relację zobrazuje kolejne ujęcie, w nim ważna będzie perspektywa komunikologiczna, interakcjonistyczna. Komunikacja wymaga od nadawcy i odbiorcy kompetencji komunikacyjnej, a ona wyraża się w wyborach określonych schematów dyskursywnych i gatunkowych. Jeśli mówimy o mediach, to także ich kontekst w kompetencji jest bardzo ważny. Wskazuje on na świadomość mediów i ich tekstów, nadawania w mediach i kształcenia do ich odbioru.

Świadomość gatunkowa wyrasta z Bachtinowskiego ujęcia komunikacji za pomocą konkretnych modeli gatunkowych, a gatunek jest pewną »normą komunikacyjną<sup>17</sup>, pewną normą także dla dyskursu. Dyskurs określa przede wszystkim praktykę komunikacyjną, perspektywę postaw, wartości, przekonań realizowanych w komunikacji. Ewa Miczka, określając dyskurs jako obiekt wielowymiarowy, podkreśla, że na poziomie jego globalnej organizacji można mówić o »prototypowych strukturach informacyjnych, funkcjonalnych, wypowiedzeniowych, ontologicz-

14 Ibidem, s. 34.

15 Por. ibidem, s. 35.

16 Por. ujęcie Michała Głowińskiego, który o gatunkach literackich mówił jak o »gramatyce literatury»: M. Głowiński, *Gatunki literackie*, [w:] tegoż, *Dzieło wobec odbiorcy. Szkice z komunikacji literackiej*, Towarzystwo Autorów i Wydawców Prac Naukowych Universitas, Kraków 1998, s. 48-49.

17 K. W. Hempfer, *Teoria gatunków (wybrane fragmenty)*, tłum. M. Łukasiewicz, »Pamiętnik Literacki», z. 3, 1979, s. 301.

nych, aksjologicznych i gatunkowych, zapisanych we wzorcu tekstowym będącym podstawą do produkcji i interpretacji konkretnych tekstów<sup>18</sup>. Istotne są tu kwestie relacji gatunku i dyskursu. Opis tej relacji odnajduję w wypowiedzi Marii Wojtak:

Gatunek jawiłby się jako jedna z komunikacyjnych realizacji dyskursu. Realizacja, która z całej gamy dyskursywnych parametrów wycina i kształtuje poszczególne wymiary, dostosowane do określonej interakcji (we wzorcu), a ukonkretniane w realizacjach, czyli pojedynczych interakcjach. W zależności od typu dyskursu (zakresów jego polimorficzności) pojedyncze wymiary gatunku byłyby w mniejszym lub większym stopniu poruszone<sup>19</sup>.

W innym miejscu badaczka pisze:

gatunek ujmowany dynamicznie, a więc w kontekście komunikacyjnym (w dyskursie), może być rozpatrywany jako składnik kompetencji komunikacyjnej podmiotów dyskursu. Komponentem świadomości gatunkowej staje się zatem model działań komunikacyjnych, do których w procesie tworzenia wypowiedzi odwołuje się nadawca. Dlatego komunikaty językowe mogą być traktowane jako nośniki kompetencji gatunkowej swych twórców<sup>20</sup>.

Gatunek może być traktowany jako pewien wycinek działań dyskursywnych, jako realizacja dyskursu i wyraz kompetencji nadawcy.

Istotą świadomości gatunkowej jest umiejętność dostosowania wyboru gatunku do sytuacji między nadawcą a odbiorcą i do celu komunikatu. Sam proces tworzenia, a potem interpretacji tekstów jest niezwykle ważną zdolnością pozwalającą uczestniczyć nam w życiu społecznym, ale także w kulturze medialnej, która jest tu pewnym kontekstem. Intencja będzie czynnikiem wyboru konkretnego gatunku, a jednocześnie to w niej odbije się obraz tego, do którego mówimy – odbiorcy. Należy podkreślić, że „intencja, czyli zamiar mówienia, wymaga założenia świadomości nadawcy”<sup>21</sup>. Z perspektywy gatunkowej o intencjonalności pisała już Anna Wierzbicka, posługując się terminem *genre'u mowy*. Podkreślała intencjonalność każdego gatunku, tworząc analizę jego definicji, która „prowadzi do wymodelowania każdego genu poprzez ciąg prostych zdań, wyrażających założenia, intencje i inne akty umysłowe mówiącego, definiujące dany typ wypowiedzi”<sup>22</sup>.

Świadomość gatunkowa w perspektywie komunikacyjno-dyskursywnej wskazuje na umiejętność posługiwania się gatunkami w szerokim polu językowego porozumiewania się, gdzie najważniejsza jest interakcja między nadawcą i odbiorcą. To świadczy o wadze intencji i komunikacyjnego celu. Kompetencja gatunkowa obejmuje więc rozumienie dyskursu, modeluje bowiem schematy komunikacyjnych

18 E. Miczka, *Kognitywne struktury sytuacyjne i informacyjne w interpretacji dyskursu*, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice 2002, s. 99.

19 M. Wojtak, *O relacjach dyskursu, stylu, gatunku i tekstu*, „Tekst i Dyskurs” t. 4, 2011, s. 77.

20 M. Wojtak, *Wzorce zachowań językowych...*, s. 22.

21 D. Kępa-Figura, *Istota fatyczności a komunikacja medialna*, [w:] *Teorie komunikacji i mediów*, t. 3, red. M. Graszewicz, J. Jastrzębski, Oficyna Wydawnicza Atut, Wrocław 2010, s. 93.

22 Por. A. Wierzbicka, *Genry mowy...*, s. 129.

działań. Nadawca, tworząc tekst, odwołuje się do reguł gatunku i tym samym do reguł dyskursywnych.

Przedstawienie świadomości gatunkowej w tych dwóch perspektywach pozwala na jej wielopoziomowe ujęcie. Świadomość gatunkową można rozumieć nie tylko jako wiedzę, w której zawarta jest znajomość gatunkowego wzorca, jego wyznaczników, ale i umiejętność dyskursywnej ich realizacji. Kompetencja będzie więc pewną strukturą abstrakcyjną, którą można badać dzięki konkretnym realizacjom i komunikacyjnym praktykom. W nich bowiem zostanie ona wyrażona. Jednocześnie kompetencja wskazuje na intencjonalność, podmiotowość i samoświadomość. Gatunek ujmowany w relacji do kompetencji rozumiem nie tylko jako pewną normę, lecz także tworzywo, które pozwala na budowanie społecznych interakcji.

### **Interakcyjny model świadomości gatunkowej – perspektywa nadawcy**

W planie kompetencyjnym zawsze istotny jest nadawca, to jego tekst jest świadectwem kompetencji lub jej braku. Świadomość gatunkowa dotyczy zarówno sytuacji tworzenia, jak i odbierania komunikatów i może mieć charakter bardziej lub mniej uświadomiony, a często wręcz intuicyjny. To, co istotne, zbliżona świadomość nadawcy i odbiorcy pozwala skutecznie się komunikować.

Ważną kwestią jest znajomość gatunkowych wyznaczników. W kontekście gatunków medialnych Zbigniew Bauer mówi o najważniejszej konwencji w gatunku, czyli o dominancie gatunkowej wypowiedzi, która decyduje o odbiorze tekstu i o jego skuteczności<sup>23</sup>. Według Beaty Grochali: „wydaje się oczywiste, że aby we właściwy sposób (...) tekst odczytać, należy najpierw zapoznać się z wyznacznikami gatunkowymi, przykładami jego tekstowych realizacji, a idąc dalej – wykształcić odpowiednią kompetencję tekstową”<sup>24</sup>. Świadomość gatunkowa będzie wyrażała się w sprawności komunikacyjnej użytkowników, w znajomości gatunkowych wyznaczników, choć kompetencje nadawcy i odbiorcy mogą się różnić.

Świadomość gatunkowa jest związana z użytkownikiem gatunkowych schematów:

Za najgłębszy poziom regulacji kompetencji komunikacyjnej przyjęto style osobiste jednostki, które determinują sposób realizowania owej kompetencji, właściwy danej jednostce, charakterystyczny ze względu na jej preferencje osobiste, jej zainteresowania, postawy, cele i ideały życiowe. Poziom ów można traktować jako źródło tego, iż wszelkie rozważane dalej prawidłowo-

23 Z. Bauer, *Gatunki dziennikarskie*, [w:] *Dziennikarstwo i świat mediów*, red. Z. Bauer, E. Chudziński, Towarzystwo Autorów i Wydawców Prac Naukowych Universitas, Kraków 2008, s. 256-257.

24 B. Grochala, *Kompetencja komunikacyjna a gatunek – o relacji internetowej na żywo*, „Acta Universitatis Lodzianensis. Kształcenie Polonistyczne Cudzoziemców” t. 20, red. E. Pałuszyńska, I. Dembowska-Wosik, Łódź 2013, s. 305.

wości rządzące kompetencją komunikacyjną przyjmują u konkretnego człowieka indywidualną formę, odzwierciedlającą niepowtarzalność jednostki ludzkiej.<sup>25</sup>

Nie mam pewności, czy w kontekście rozważań nad kompetencją można mówić o modelowym nadawcy, raczej o zindywidualizowanym nadawaniu, o konkretnym osobistym stylu. Świadomość gatunkową rozumiem więc procesualnie jako swoistego rodzaju strategię nadawczą oraz umiejętność interpretacji rzeczywistości.

Przyjmuję, że wybór gatunku przez nadawcę będzie miał charakter strategiczny i decydujący o innych komponentach wypowiedzi. Pojęcie *strategii komunikacyjnej* przyjmuję za Agatą Małyką – jest ona „całokształtem świadomych procesów decyzyjnych zmierzających do wyboru optymalnego sposobu działania językowego lub/i pozajęzykowego, umożliwiającego osiągnięcie pożądanego celu komunikacyjnego, a także kontroli efektu perlokucyjnego”<sup>26</sup>. Kompetencja strategiczna będzie miała niejako „funkcję «zarządzającą», odpowiadając za wybór najwłaściwszego sposobu realizacji zamierzenia komunikacyjnego”<sup>27</sup>. Anna Seretny wskazuje natomiast, że jest to system umiejętności, które są odpowiedzialne za planowanie, wykonanie oraz ocenę działań komunikacyjnych<sup>28</sup>. W kontekście kompetencyjnym ważny będzie sam proces obejmujący przygotowanie, realizację i ocenę efektu, która związana jest z odbiorem tekstu. Co istotne, w wymiarze strategicznym ważny będzie cel komunikatu, perspektywa illokucyjna oraz świadomość odbioru – perspektywa perlokucyjna. Wybór gatunku będzie towarzyszył tworzeniu wypowiedzi, co oznacza, że autor musi dokonać wyboru określonego scenariusza komunikacyjnego oraz związanych z nim działań językowych. Te wybory będą rzutować na kształt konkretnej wypowiedzi, a sam proces będzie wyrazem świadomości gatunkowej nadawcy.

Do tego procesu należy zaliczyć wybór dotyczący określonych aspektów gatunkowych. Maria Wojtak wśród komponentów wzorca gatunkowego wyróżnia cztery aspekty: aspekt strukturalny, czyli plan kompozycyjny gatunku, aspekt pragmatyczny, czyli uwikłania komunikacyjne, relacje nadawczo-odbiorcze, aspekt poznawczy, czyli tematykę i sposób jej przedstawienia oraz aspekt stylistyczny<sup>29</sup>. W ujęciu świadomości gatunkowej ważne są: wybór określonej kompozycji tekstu, świadomość miejsc strategicznych tekstu, wybór przedstawienia określonego tematu i kompe-

25 I. Kurcz, *Język a psychologia. Podstawy psycholingwistyki*, Wydawnictwa Szkolne i Pedagogiczne, Warszawa 1992, s. 129-130.

26 A. Małyka, *Strategie komunikacyjne we współczesnym dyskursie politycznym*, Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, Lublin 2012, s. 15. Autorka wyróżnia dwa typy strategii: strategie tekstowe (te będą się odnosić do struktury organizacyjnej tekstu) i strategie interakcyjne (odnoszące się do relacji nadawczo-odbiorczej).

27 A. Seretny, *Kompetencja leksykalna uczących się języka polskiego jako obcego w świetle badań ilościowych*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2011, s. 27.

28 Por. *ibidem*, s. 31.

29 Por. M. Wojtak, *Gatunki prasowe*, s. 16-17.



tencja stylistyczna. Znajomość określonych struktur i wybór wzorców gatunkowych będą każdorazowym wyborem nadawczym w tworzeniu konkretnego tekstu. Zakładając model interakcyjny pojęcia świadomości gatunkowej, uznając, że świadomość nadawczo-odbiorcza, a więc pragmatyczna, będzie niezwykle ważna i często manifestowana w wypowiedziach wobec wymienionych powyżej aspektów, często z nimi połączona.

Obok strategii chcę podkreślić także ujęcie interpretacyjne. Elżbieta Tabakowska pisze:

[...] aby sobie odpowiedzieć na pytanie, „co autor chciał przez to powiedzieć”, należy prześledzić tę sekwencję w odwrotnym kierunku, czyli na podstawie „gotowego” przekazu spróbować odtworzyć konceptualizację oraz jej kulturowe i psychologiczne uwarunkowania, dochodząc ostatecznie do poznania samego procesu poznawania. W ostatecznym rozrachunku zatem [...] badanie języka jako narzędzia komunikacji staje się badaniem ludzkiego poznania.<sup>30</sup>

Oprócz tego, że wybór konkretnego gatunku traktuję jako autorską strategię, stanowi ona także formułę interpretacyjną. Będzie to interpretacja rzeczywistości, którą autor uobecnia w realizacji tekstowej. Ujęcie interpretacyjne świadomości nadawcy podkreśla jego podmiotowość, punkt widzenia, przyjętą perspektywę<sup>31</sup>. Z pewnością kompetencja gatunkowa w ujęciu strategicznym i interpretacyjnym kieruje nas w stronę nadawcy tekstu, który w sposób indywidualny dokonuje wyboru określonych gatunkowych mechanizmów opisu rzeczywistości.

### Świadomość gatunkowa – praktyka badawcza

Zaprezentowany model teoretyczny można wykorzystać w praktyce badawczej i na podstawie gotowych medialnych tekstów analizować kompetencje ich autorów. Świadomość gatunkową można badać, poszukując śladów autora manifestowanych w tekstach, ukrytych w planie metatekstowym. Umiejętność przełożenia wiedzy genologicznej na praktykę tekstową, znajomość konkretnych gatunków i ich wyznaczników mogą być formułowane jako wyraźny sygnał na poziomie *meta*-. Manifestacje, ślady, symptomy kompetencji gatunkowej można bowiem odnaleźć w konkretnych reprezentacjach tekstowych, zwłaszcza w tych, w których twórca opisuje swój warsztat, tajniki swojej pracy. Chcę podkreślić, że świadomość gatun-

30 E. Tabakowska, *Komunikowanie i poznawanie w językoznawstwie*, [w:] *Polonistyka w przebudowie. Literaturoznawstwo – wiedza o języku – wiedza o kulturze – edukacja*, t. 2, red. M. Czermińska, S. Gajda, K. Kłosiński, A. Legeżyńska, A. Z. Makowiecki, R. Nycz, Towarzystwo Autorów i Wydawców Prac Naukowych Universitas, Kraków 2006, s. 667.

31 Por. J. Bartmiński, *Punkt widzenia, perspektywa, językowy obraz świata*, [w:] *Językowy obraz świata*, red. J. Bartmiński, Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, Lublin 1999, s. 103-120. Te pojęcia są powiązane z kategorią językowego obrazu świata, który jest pewną strukturą pojęciową, zespołem sądów zawartych w językowym ukształtowaniu tekstu, utrwalonych w języku. Por. J. Bartmiński, *Językowe podstawy obrazu świata*, Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, Lublin 2012.

kowa będzie wyrażała się najpełniej w indywidualnym, autorskim ujęciu gatunku, na każdym poziomie i w każdym jego aspekcie. Będzie przede wszystkim się zespalać z teoriami podmiotowości i „śladami” autora w tekście oraz szczególnie będzie się przejawiać w autorskim, indywidualnym stylu i podejściu do gatunku.

Oczywiście, świadomość gatunkową odnajdziemy także w podręcznikach, tekstach dotyczących wiedzy o gatunkach, ale wówczas swoje wysokie kompetencje prezentują naukowcy, a nie twórcy – dziennikarze<sup>32</sup>.

Badalam wypowiedzi dziennikarzy prasowych w ich autotematycznych tekstach dotyczących warsztatu dziennikarskiego. W taki sposób przebadalam świadomość twórców: wywiadów, felietonów i reportaży, a interakcyjny model pozwalał odtwarzać ich widzenie gatunków<sup>33</sup>. Tak opracowana świadomość może być opisywana w kolejnych gatunkach. Inną możliwością badania świadomości gatunkowej dziennikarzy jest studium przypadku, w którym można zwrócić uwagę na ślady obecności kompetencji w konkretnym dziennikarskim tekście. W tej sytuacji ogląd całej struktury, a nie tylko wycinków tekstu, pozwalałby na analizę świadomości gatunkowej konkretnego autora. Wydaje mi się, że można badać teksty przygotowane wzorcowo, ale także metamorfozy gatunkowe, medialne okazy. Odstępstwa od gatunkowych norm można przecież interpretować jako przejawy kreatywności nadawcy albo przeciwnie – jako usterki i niedobory kompetencyjne. Szerokie interakcyjne spojrzenie na świadomość gatunkową pozwoli takie problemy rozstrzygać. Ważna jest wówczas także perspektywa odbioru tekstu. Zaproponowany opis kompetencji gatunkowych można wykorzystać także odbiorców, których należałoby skonfrontować z wybranymi tekstami medialnymi.

Mediolingwistyczne badania kompetencji nadawczych podkreślają strategiczność, interpretacyjność wyboru konkretnych gatunkowych aspektów. Ale przede wszystkim, opierając się na badaniach konkretnych tekstów, zwracają uwagę na indywidualny wymiar gatunkowej świadomości. Opis tych kompetencji i ich badanie ma wymiar edukacyjny, kształcenia do odbioru mediów, ale i do tworzenia w mediach. Takie badania pomagają nam także rozumieć media.

---

32 Choć zdarzają się wyjątki, kiedy to dziennikarze piszą kompendia dotyczące gatunków, przykładowo są to *Abecadło dziennikarza*, red. A. Niczyperowicz, Wydawnictwo Kontekst, Poznań 1996; *Dziennikarstwo od kuchni*, red. A. Niczyperowicz, Wydawnictwo Tomasz Szukała, Poznań 2001, *Biblia dziennikarstwa*, red. A. Skworz, A. Niziołek, Wydawnictwo Znak, Kraków 2010.

33 Por. M. Ślawska, *Sztuka mediów...*

## Bibliografia

- Abecadło dziennikarza*, red. A. Niczyperowicz, Wydawnictwo Kontekst, Poznań 1996.
- Ampel-Rudolf M., *Gatunek jako normatywna organizacja komunikatu*, [w:] *Norma a komunikacja*, red. M. Steciąg, M. Bugajski, Wydawnictwo Atut, Wrocław 2009, s. 87-95.
- Bachtin M., *Estetyka twórczości słownej*, tłum. D. Ulicka, oprac. E. Czaplejewicz, Państwowy Instytut Wydawniczy, Warszawa 1986.
- Balowski M., *Świadomość gatunkowa a wzorzec normatywny (na przykładzie gatunków prasowych)*, [w:] *Gatunki mowy i ich ewolucja. T. 1. Mowy piękno wielorakie*, red. D. Ostaszewska, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice 2000, s. 316-329.
- Bartmiński J., *Językowe podstawy obrazu świata*, Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, Lublin 2012.
- Bartmiński J., *Punkt widzenia, perspektywa, językowy obraz świata*, [w:] *Językowy obraz świata*, red. J. Bartmiński, Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, Lublin 1999, s. 103-120.
- Bauer Z., *Gatunki dziennikarskie*, [w:] *Dziennikarstwo i świat mediów*, red. Z. Bauer, E. Chudziński, Towarzystwo Autorów i Wydawców Prac Naukowych Universitas, Kraków 2008, s. 255-280.
- Biblia dziennikarstwa*, red. A. Skworz, A. Niziołek, Wydawnictwo Znak, Kraków 2010.
- Borkowski I., *Hasło wyborcze – gatunek mowy i jego funkcja w świadomości użytkowników polszczyzny (na materiale ankietowym)*, [w:] *Mowa rozświetlona myślą. Świadomość normatywno-stylistyczna współczesnych Polaków*, red. J. Miodek, współudział M. Zaśko-Zielińska, I. Borkowski, Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław 1999, s. 269-282.
- Dziennikarstwo od kuchni*, red. A. Niczyperowicz, Wydawnictwo Tomasz Szukała, Poznań 2001.
- Fras J., *O typologii wypowiedzi medialnych i dziennikarskich*, Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław 2013.
- Gajda S., *Gatunkowe wzorce wypowiedzi*, [w:] *Współczesny język polski*, red. J. Bartmiński, Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, Lublin 2010.
- Gajda S., *Ku świadomości językowej*, [w:] *Świadomość językowa*, red. J. Nocoń, A. Tabisz, Wydawnictwo Uniwersytetu Opolskiego, Opole 2014, s. 15-24.
- Głowiński M., *Gatunek literacki i problemy poetyki historycznej*, [w:] *Problemy teorii literatury*, wybór H. Markiewicz, Zakład Narodowy im. Ossolińskich – Wydawnictwo, Wrocław 1987, s. 123-143.
- Głowiński M., *Gatunki literackie*, [w:] tegoż, *Dzieło wobec odbiorcy. Szkice z komunikacji literackiej*, Towarzystwo Autorów i Wydawców Prac Naukowych Universitas, Kraków 1998, s. 43-62.
- Grochala B., *Genologia lingwistyczna w służbie medioznawstwa*, [w:] *Współczesne media. Problemy i metody badań nad mediami*, t.2., red. I. Hofman, D. Kępa-Figura, Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, Lublin 2019, s. 205-219.

- Grochala B., *Kompetencja komunikacyjna a gatunek – o relacji internetowej na żywo*, „Acta Universitatis Lodzensis. Kształcenie Polonistyczne Cudzoziemców” t. 20, red. E. Pahużyńska, I. Dembowska-Wosik, Łódź 2013, s. 303-311.
- Grzmil-Tylutki H., *Gatunek w świetle francuskiej teorii dyskursu*, Towarzystwo Autorów i Wydawców Prac Naukowych Universitas, Kraków 2007.
- Grzmil-Tylutki H., *Gatunek – kategoria analizy dyskursu*, „Biuletyn Polskiego Towarzystwa Językoznawczego”, z. 65, 2009, s. 87-98.
- Hempfer K. W., *Teoria gatunków (wybrane fragmenty)*, tłum. M. Łukasiewicz, „Pamiętnik Literacki”, z. 3, 1979, s. 271-305.
- Kasiak M., *Artykuł publicystyczny w świadomości genologicznej dziennikarzy prasowych*, „Studia Medioznawcze”, nr 4, 2015, s. 83-94.
- Kępa-Figura D., *Istota fatyczności a komunikacja medialna*, [w:] *Teorie komunikacji i mediów*, t. 3, red. M. Graszewicz, J. Jastrzębski, Oficyna Wydawnicza Atut, Wrocław 2010, s. 89-100.
- Kurcz I., *Język a psychologia. Podstawy psycholingwistyki*, Wydawnictwa Szkolne i Pedagogiczne, Warszawa 1992.
- Małycka A., *Strategie komunikacyjne we współczesnym dyskursie politycznym*, Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, Lublin 2012.
- Miczka E., *Kognitywne struktury sytuacyjne i informacyjne w interpretacji dyskursu*, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice 2002.
- Sandig B., *Stilistik der deutschen Sprache. Walter de Gruyter*, Berlin-New York 1986.
- Seretny A., *Kompetencja leksykalna uczących się języka polskiego jako obcego w świetle badań ilościowych*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2011.
- Ślawska M., *Perspektywa genologiczna w badaniu tekstów prasowych/ medialnych*, [w:] *Współczesne media. Problemy i metody badań nad mediami*, t. 2., red. I. Hofman, D. Kępa-Figura, Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, Lublin 2019, s. 221-234.
- Ślawska M., *Sztuka mediów. O świadomości gatunkowej dziennikarzy prasowych*, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice 2019.
- Tabakowska E., *Komunikowanie i poznawanie w językoznawstwie*, [w:] *Polonistyka w przebudowie. Literaturoznawstwo – wiedza o języku – wiedza o kulturze – edukacja*, t. 2, red. M. Czermińska, S. Gajda, K. Kłosiński, A. Legeżyńska, A. Z. Makowiecki, R. Nycz, Towarzystwo Autorów i Wydawców Prac Naukowych Universitas, Kraków 2006, s. 661-671.
- Wierzbicka A., *Genry mowy*, [w:] *Tekst i zdanie. Zbiór studiów*, red. T. Dobrzyńska, E. Janus, Zakład Narodowy im. Ossolińskich – Wydawnictwo, Wrocław 1983, s. 125-137.
- Witosz B., *Genologia lingwistyczna. Zarys problematyki*, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice 2005.
- Witosz B., *Tekst i/a gatunek. Jeden czy dwa modele*, [w:] *Gatunki mowy i ich ewolucja. T. 2. Tekst a gatunek*, red. D. Ostaszewska, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice 2004, s. 40-49.

Wojtak M., *Gatunki prasowe*, Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, Lublin 2004.

Wojtak M., *Genologia medialna czy po prostu genologia*, [w:] *Współczesne media. Problemy i metody badań nad mediami*, t. 2, red. I. Hofman, D. Kępa-Figura, Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, Lublin 2019, s. 189-204.

Wojtak M., *O relacjach dyskursu, stylu, gatunku i tekstu*, „Tekst i Dyskurs – Text und Diskurs”, t. 4, 2011, s. 69-78.

Wojtak M., *Wzorce zachowań językowych a praktyka komunikacyjna*, [w:] *Kształtowanie się wzorów i wzorców językowych*, red. A. Piotrowicz, K. Skibski, M. Szczyszek, Wydawnictwo Poznańskie, Poznań 2009, s. 21-31.

Wojtak M., *Zmienność w jedności, czyli o gatunkach prasowych i ich metamorfozach*, [w:] *Problemy i nadzieje współczesnego dziennikarstwa*, red. G. Filip, Wydawnictwo Uniwersytetu Rzeszowskiego, Rzeszów 2016, s. 103-128.

Wojtak M., Siwiec A., *Świadomość stylistyczna na tle wybranych składników jej kontekstu pojęciowego*, [w:] *Mowa rozświetlona myślą. Świadomość normatywno-stylistyczna współczesnych Polaków*, red. J. Miodek, współudział M. Zaśko-Zielińska, I. Borkowski, Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław 1999, s. 45-57.

Zaśko-Zielińska M., *Przez okno świadomości. Gatunki mowy w świadomości użytkowników języka*, Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław 2002.

**Magdalena Trysińska**

*Uniwersytet Warszawski*

ORCID: 0000-0001-5245-2867

## **Kapitał kulturowy a konceptualizacja tekstów medialnych przez uczniów szkół średnich**

Temat niniejszego opracowania wyznaczają dwa pojęcia: *tekst medialny* i *kapitał kulturowy*. Oba znajdują zastosowanie w projekcie badawczym, którego wstępne założenia przedstawiam poniżej. Z uwagi na wczesny etap analiz dane liczbowe oraz ich interpretacja są niepełne, pozwalają jednak na wstępną weryfikację założeń i pytań badawczych.

Materiał badawczy stanowią prace pisemne, które powstawały w latach 2013-2020 w ramach zleconej przez władze powiatu kwidzyńskiego diagnozy umiejętności matematycznych i polonistycznych wybranej grupy uczniów. Za każdym razem w pomiarach uczestniczyli uczniowie około 20 klas pierwszych szkół ponadgimnazjalnych (liceów i techników)<sup>1</sup>. W trakcie ośmiu edycji badań zgromadzono około czterech tysięcy prac, stanowiących podstawę analiz.

Podstawowym celem było wyznaczenie poziomu kompetencji (językowych, tekstotwórczych, okazjonalnie także medialnych) jednego rocznika uczniów we wszystkich szkołach powiatu. Odbiorcami sporządzanych corocznie raportów byli uczniowie, nauczyciele oraz przedstawiciele organu prowadzącego, wprowadzający zmiany w lokalnym systemie edukacji<sup>2</sup>.

Monitoring kompetencji językowych składał się zawsze z dwóch części:

1. testu sprawności językowych, którego celem było sprawdzenie sprawności posługiwania się językiem – znajomości wybranych środków językowych i przeprowadzania rozmaitych operacji na tworzywie językowym<sup>3</sup>;
2. dłuższej wypowiedzi pisemnej (tekst argumentacyjny), której celem było sprawdzenie, w jakim stopniu uczniowie opanowali umiejętność tworzenia

---

1 Por. M. Piotrowski, *Monitoring kompetencji szkolnych w środowisku lokalnym. Wyzwania*, „Studia z Teorii Wychowania”, nr 2, 2017, s. 91-112.

2 Badania były ograniczone do jednego lokalnego środowiska. Można je zatem traktować jako swoiste studium przypadku. Chociaż – jak twierdzi M. Piotrowski – w uwagi na fakt, iż niemal połowa uczniów w szkołach ponadgimnazjalnych wybranego powiatu kończyła szkoły podstawowe oraz gimnazja w gminach nieobjętych lokalnymi reformami, prezentowane rezultaty można interpretować również jako próbę oceny aktualnego systemu edukacji w całym kraju (Ibidem, s. 92).

3 Por. M. Trysińska, *Kształcenie językowe a kompetencje tekstotwórcze – raport z badań*, „Didaktické Studie: Nové výzvy didaktiky českého jazyka”, nr 1, 2020, s. 113-133.

dłuższego tekstu argumentacyjnego (rozprawki) zgodnego z zadaniem tematem<sup>4</sup>.

W projektowanych badaniach materiał ograniczam do tekstów argumentacyjnych, pomijam zaś część testową monitoringu. Uznaję bowiem, że tekst uczniowski pisany można uznać za doskonałe narzędzie diagnostyczne – począwszy od prostych form ćwiczonych na wczesnych etapach edukacyjnych (wszelkie typy opisu, charakterystyka, opowiadanie), a skończywszy na trudniejszej znacznie rozprawce i najtrudniejszym w realizacji eseju. Analiza tzw. wypracowań pozwala na jednoczesne określenie poziomu wielu różnych kompetencji / sprawności, które powinny być rozwijane w trakcie wielu lat szkolnej edukacji. W związku z tym – mimo że celem badania nie było badanie sposobów konceptualizacji tekstów kultury, w tym tekstów medialnych, ani badanie poziomu kapitału kulturowego – zebrany materiał badawczy może mieć wartość dodatkową, ponieważ efektem niejako dodatkowym jest możliwość pozyskania danych pozwalających między innymi określić kapitał kulturowy oraz sposób konceptualizacji<sup>5</sup> tekstów medialnych w kontekście kompetencji kulturowej, a węższej – medialnej.

Zachowanie jednolitej formuły badania przez wszystkie lata w odniesieniu do różnych roczników uczniów pozwala na uśrednianie wyników badań i traktowanie całościowo tego obszernego materiału badawczego. Należy także zaznaczyć, że wszystkie badane roczniki realizowały tę samą podstawę programową<sup>6</sup>, zdawały egzamin gimnazjalny według jednolitej formuły obowiązującej od 2012 roku do 2019 roku<sup>7</sup> i przygotowywały się do egzaminu maturalnego obowiązującego od 2015 roku<sup>8</sup>. Powyższe przesłanki pozwalają na uznanie tej obszernej bazy tekstów za jednolity materiał badawczy. W związku z tym, myśląc o rozprawkach jako narzędziu diagnostycznym, szukam miejsc wspólnych dla wszystkich tekstów powstałych w latach 2013-2020.

Diagnozę ograniczam do wskazania tych elementów uczniowskich rozprawek, które mogą być pomocne w rekonstruowaniu kapitału kulturowego młodzieży, ze

---

4 Teksty powstawały w warunkach szkolnych; na napisanie tekstu uczniowie mieli ok. 45 minut (całe badanie trwało 90 min); uczniowie nie znali wcześniej tematu, toteż nie mogli się do niego przygotować.

5 Pisząc o konceptualizacji, mam na myśli określoną metodę postępowania badawczego, wywodzącą się z nauk kognitywnych. Zależy mi na odtworzeniu sposobu konstruowania treści pojęciowych (tu związanych z rozumieniem tekstu medialnego), w których uwidoczniła się ogólna wiedza piszących o otaczającym ich świecie.

6 *Podstawa programowa z komentarzami. Tom 2. Język polski. Szkoła podstawowa, gimnazjum, liceum*, <http://www.bc.ore.edu.pl/dlibra/doccontent?id=232> [dostęp: 10 kwietnia 2022].

7 *Informator o egzaminie gimnazjalnym od roku 2011/2012*, Warszawa 2010, [https://cke.gov.pl/images/files/Gimnazjum\\_2011\\_2012/Informator\\_G1.pdf](https://cke.gov.pl/images/files/Gimnazjum_2011_2012/Informator_G1.pdf) [dostęp: 10 kwietnia 2022].

8 *Informator o egzaminie maturalnym od roku 2014/2015*, Warszawa 2013, [https://cke.gov.pl/images/\\_EGZAMIN\\_MATURALNY\\_OD\\_2015/Informatory/2015/Język-polski.pdf](https://cke.gov.pl/images/_EGZAMIN_MATURALNY_OD_2015/Informatory/2015/Język-polski.pdf) [dostęp: 10 kwietnia 2022].

szczególnym uwzględnieniem poziomu kompetencji medialnych, możliwego do wyznaczenia poprzez odkrycie sposobu konceptualizowania tekstów medialnych.

Na początek przyjmuję cztery założenia:

1. Pisany tekst uczniowski jest doskonałym narzędziem diagnostycznym;
2. Pisany tekst uczniowski może być narzędziem pozwalającym na weryfikację poziomu kapitału kulturowego uczniów;
3. Pisany tekst uczniowski pozwala stwierdzić, w jaki sposób uczniowie konceptualizują różne teksty kultury, w tym teksty medialne;
4. Sposób konceptualizowania tekstów medialnych pozwala określić poziom kompetencji medialnych (tu ograniczonych do kompetencji odbiorczych).

### **Kapitał kulturowy**

Pojęcie *kapitału kulturowego* wywodzi się z klasycznej socjologii i – jak pokazują badania – jest istotne dla wielu dyscyplin naukowych i wielu obszarów życia człowieka, w tym dla uczestnictwa jednostki w procesie edukacji<sup>9</sup>. Zdaniem P. Bourdieu<sup>10</sup> dziedziczony kapitał kulturowy jest główną przyczyną nierówności edukacyjnych<sup>11</sup>. W związku z tym należy zauważyć, jak ważną rolę może / powinna odegrać szkoła, aby owe nierówności wyeliminować. Rodzice bowiem w procesie pierwotnej socjalizacji mogą dziecku przekazać tyle kapitału, ile sami posiadają<sup>12</sup>.

---

9 Należy także zwrócić uwagę na rolę kapitału społecznego tkwiącego w rodzinie, odpowiedzialnego za (nie)powodzenia szkolne. „Posiadanie tego kapitału umożliwia dostęp do innych form kapitału – kulturowego i ekonomicznego. Warunkiem jest posiadanie chociażby minimalnych zasobów tego kapitału” (M. Radola, *Kapitał społeczny a osiągnięcia szkolne ucznia*, „Studia Edukacyjne”, nr 27, 2013, s. 145).

10 Za: ibidem, s. 148.

11 Warto w tym miejscu odwołać się także do teorii dwóch kodów B. Bernsteina, który obserwował nierówności społeczne wynikające z posługiwania się kodem ograniczonym w sytuacjach wymagających kodu rozwiniętego (B. Bernstein, *Socjolingwistyczne ujęcie procesu socjalizacji: uwagi dotyczące podatności na oddziaływanie szkoły*, tłum. Z. Babska, [w:] *Badania nad rozwojem języka dziecka. Wybór tekstów*, red. G. W. Shugar, M. Smoczyńska, Państwowe Wydawnictwa Naukowe, Warszawa 1980, s. 557-596; B. Bernstein, *Odtwarzanie kultury*, tłum. Z. Bokszański, A. Piotrowski, oprac. A. Piotrowski, Państwowy Instytut Wydawniczy, Warszawa 1990).

12 M. Radola, *Kapitał społeczny...*, s. 153.



Jednocześnie należy zwrócić uwagę, że od wielu lat szkołę obarcza się winą za utrwalanie podziałów. W latach 90. XX w. Z. Kwieciński twierdził, że szkoła:

(...) naznacza wielu piętnem nieudacznictwa tylko dlatego, że urodzili się pośród nędzy kulturowej, masowo czy skutecznie bezradności i czyni swe produkty ludźmi wyobcowanymi wobec rzeczywistości (...)<sup>13</sup>.

Zdaje się, że stan ten nie uległ poprawie w XXI w. Zdaniem R. Dolaty:

Choć w wymiarze obiektywnym poziom nierówności edukacyjnych jest w naszym kraju przeciętny, to towarzyszy mu rekordowo mocne przekonanie, że równość szans edukacyjnych w Polsce jest iluzoryczna<sup>14</sup>

Jest to szczególnie widoczne w wynikach egzaminów zewnętrznych<sup>15</sup>. Dzieje się tak, mimo że „Podstawa programowa kształcenia ogólnego”<sup>16</sup> wyraźnie kładzie nacisk na rozwijanie kapitału kulturowego już od najniższych etapów kształcenia<sup>17</sup>:

W procesie kształcenia ogólnego szkoła kształtuje u uczniów postawy sprzyjające ich dalszemu rozwojowi indywidualnemu i społecznemu<sup>18</sup>, takie jak: uczciwość, wiarygodność, odpo-

13 Z. Kwieciński, *Szkoła czy demokracja*, „Edukacja”, nr 2, 1992, s. 7, za: M. Radola, *Kapitał społeczny...*, s. 148.

14 R. Dolata, *Szkoła – segregacje – nierówności*, Wydawnictwa Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa 2008.

15 Egzaminacje zewnętrzne pozwalają zweryfikować poziom kapitału kulturowego uczniów, zarówno z przedmiotów matematyczno-przyrodniczych, jak i humanistycznych, przy czym różnice w przypadku tych drugich są większe. Obserwacje te potwierdzają badania prowadzone w szkołach powiatu kwidzińskiego. Marek Piotrowski zauważa, że „Porównując (...) rezultaty egzaminów z języka polskiego uzyskane przez uczniów pochodzących z różnych środowisk, w większym stopniu wyznaczyć możemy różnice w standardzie życia w sferze intelektualnej niż zróżnicowanie jakości edukacji”. Mowa o wskaźnikach jakości życia w wymiarze cywilizacyjnym określonych na podstawie: poziomu wykształcenia, posiadania nowoczesnych urządzeń komunikacyjnych i umiejętności posługiwania się nimi, czynnej znajomości języków obcych itd. Porównanie EWD (tu rozumianej jako Egzaminacyjna Wartość Dodana) pozwala stwierdzić, że: „Wraz ze wzrostem wartości wskaźnika jakości życia wzrastają wartości wskaźników EWD obliczonych na podstawie egzaminów z języka polskiego. Parametry różnicowe obliczone na podstawie tego egzaminu wydają się być związane z SES (statusem socjoekonomicznym / *socioeconomic status* – wyjaśnienie M.T.). Przygotowanie uczniów do egzaminu gimnazjalnego z języka polskiego jest prostsze w przypadku uczniów o wyższym SES (niezależnie od rezultatów uzyskanych podczas sprawdzianu po szkole podstawowej). Powyższej zależności nie obserwujemy w analizie EWD z matematyki. Skuteczność zdobywania nowych umiejętności matematycznych w gimnazjum wydaje się być w mniejszym stopniu związana z SES lub przygotowanie do egzaminu z matematyki w mniejszym stopniu zależy od SES niż w przypadku języka polskiego” (M. Piotrowski, *Monitoring kompetencji...*, s. 102-103).

16 W kontekście opisywanych badań odnoszę się do podstawy programowej z 2008 r., którą realizowali badani uczniowie (*Podstawa programowa z komentarzami...*). Należy jednak zauważyć, że założenia te są obecne także w najnowszej podstawie programowej z 2017 r. (*Podstawa programowa kształcenia ogólnego z komentarzem. Szkoła Podstawowa. Język polski*, <http://www.bc.ore.edu.pl/dlibra/doccontent?id=232> [dostęp: 10 kwietnia 2022]).

17 P. Bourdieu przykładał ogromną wagę do roli szkoły, której zadaniem jest organizowanie „kultury” (za: D. Czajkowska-Ziobrowska, *Reprodukcja kapitału kulturowego w ujęciu Pierre’a Bourdieu ze szczególnym uwzględnieniem kapitału szkolnego*, „Przegląd Naukowo-Metodyczny. Edukacja dla Bezpieczeństwa”, nr 1, 2009, s. 10).

18 Widać, jak trudno oddzielić kapitał kulturowy od kapitału społecznego. Oba wpływają na siebie, stąd może lepiej byłoby mówić o kapitale społeczno-kulturowym.

wiedzialność, wytrwałość, poczucie własnej wartości, szacunek dla innych ludzi, ciekawość poznawcza, kreatywność, przedsiębiorczość, gotowość do podejmowania inicjatyw, do pracy zespołowej oraz kultura osobista, **gotowość do uczestnictwa w kulturze** [wszystkie wyróżnienia moje – M.T.], podejmowania inicjatyw oraz do pracy zespołowej. W rozwoju społecznym bardzo ważne jest kształtowanie postawy obywatelskiej, **postawy poszanowania tradycji i kultury własnego narodu**, a także **postawy poszanowania innych kultur i tradycji**<sup>19</sup>

Szczególne role w tym wypadku przypada nauczycielom języka polskiego, ponieważ to polonista jest tą osobą, która wprowadza ucznia w świat szeroko pojętej kultury. Jak argumentuje T. Zarycki (przywołując P. Bourdieu):

(...) natura znacznej części form kapitału kulturowego jest taka, że ich pełna asymilacja wymaga długotrwałej socjalizacji, zwłaszcza we wczesnych latach życia. Wtedy też kształtują się podświadome skłonności, gusty, preferencje kulturowe i wartości należące do kluczowej kategorii ucieleśnionego kapitału kulturowego<sup>20</sup>.

Zasadne jest więc, aby organizowanie postulowanego przez P. Bourdieu „kultury” rozpoczęło się jak najwcześniej. W związku z tym twórcy „Podstawy programowej” z 2008 roku założyli, że już II etap edukacji jest okresem:

(...) kształtowania elementarnych sposobów poznawania świata, **zwłaszcza w sferze kultury** i rozwijania umiejętności komunikowania się z innymi ludźmi. (...) **Uczeniu się istnienia w kulturze** towarzyszą w tym czasie pierwsze próby refleksyjnego spojrzenia na język jako narzędzie komunikacji i poznania<sup>21</sup>.

Kolejnym etapem kształcenia było gimnazjum – okres ważny dla kształtowania kompetencji kulturowej i językowej ucznia. To na tym etapie:

Uczeń **doskonali sprawność analizy i interpretacji tekstów kultury**; zyskuje nowe narzędzia, dzięki którym jego lektura jest coraz dojrzałsza, bardziej świadoma i samodzielna; (...) czyta teksty kultury odpowiadające charakterystycznej dla tego wieku wrażliwości – z zakresu literatury młodzieżowej i popularnej; stopniowo zaczyna poznawać dzieła klasyczne **ważne dla kultury polskiej i światowej**<sup>22</sup>.

Gimnazjum w związku z tym było istotnym etapem przygotowującym ucznia do dojrzałego uczestnictwa w kulturze na ostatnim etapie edukacyjnym.

W cytowanych wyżej zapisach „Podstawy programowej” widać związek między kompetencją kulturową i kompetencją komunikacyjną. Obie bowiem warunkują możliwość zdobycia kapitału kulturowego. Na „kapitał lingwistyczny” zwracał też uwagę P. Bourdieu. Różnice w posiadanym kapitale lingwistycznym u różnych grup

19 *Podstawa programowa z komentarzami...*, s. 16.

20 T. Zarycki, *Kapitał kulturowy – założenia i perspektywy zastosowań teorii Pierre’a Bourdieu*, „Psychologia Społeczna”, nr 1-2, 2009, s. 19.

21 *Podstawa programowa z komentarzami...*, s. 35.

22 Nie można nie zauważyć, że „ (...) system edukacji osiąga znacząca płaszczyznę w przekazywaniu arbitralności kulturowych, uczestniczy przy tym w walce o władzę” (D. Czajkowska-Ziobrowska, *Reprodukcja...*, s. 10). Jest to szczególnie widoczne podczas tworzenia listy lektur obowiązkowych.

23 *Podstawa programowa z komentarzami...*, s. 35.

społecznych widać zarówno w nauce szkolnej, jak i sposobach postrzegania i „czytania” rzeczywistości<sup>24</sup>, w tym w większych bądź mniejszych możliwościach uchwycenia dynamicznego charakteru kultury jako takiej, w szczególności kultury wyższej<sup>25</sup>.

### **Kapitał kulturowy wpisany w uczniowskie rozprawki – analiza**

Jak już zostało zaznaczone, tekst uczniowski stanowi tu narzędzie diagnostyczne. Analizując uczniowskie rozprawki, można bowiem zrekonstruować kapitał kulturowy młodzieży szkół ponadgimnazjalnych. Kluczowe w tym wypadku będzie spojrzenie na tematy rozprawek. Oto przykładowe:

Czy zgadzasz się ze stwierdzeniem, że śmierć jednocześnie przeraża i fascynuje? Uzasadnij swoje stanowisko, odwołując się do przykładów z literatury, filmu oraz współczesnych mediów.

Spojrzenie w przyszłość – błogosławieństwo czy przekleństwo? Uzasadnij swoje stanowisko, odwołując się do przykładów z literatury, filmu oraz współczesnych mediów.

Dlaczego, Twoim zdaniem, współcześni twórcy w swoich dziełach chętnie odwołują się do tradycyjnych baśni, mitów i legend? Uzasadnij swoje stanowisko, odwołując się do przykładów z literatury, filmu oraz współczesnych mediów.

Rozum czy uczucia – czym bardziej powinniśmy kierować się w życiu? Uzasadnij swoje stanowisko, odwołując się do przykładów z literatury, filmu oraz współczesnych mediów.

Mieć czy być – która z tych postaw jest dzisiaj częstsza? Rozważ problem, odwołując się do wybranych tekstów kultury (np. literatury, filmu, przekazów medialnych).

W kontekście rozważań dotyczących kapitału kulturowego i konceptualizacji tekstów medialnych istotny jest drugi człon polecenia, w którym wyraźnie wskazano, na jakich tekstach kultury uczniowie powinni oprzeć swoją argumentację (literatura, film, teksty medialne). Uczniowie każdorazowo byli zachęceni do sięgania po różnorodne teksty, zwłaszcza te, które poznawali w czasie pozaszkolnym. Autorom<sup>26</sup> badania zależało bowiem na tym, aby piszący nie ograniczali się tylko do szkolnych lektur. Ponadto chodziło o to, aby uczniowie wykorzystali różnorodne teksty kultury, nie tylko literackie<sup>27</sup>.

W tym miejscu należy zatrzymać się nad samym pojęciem *tekstu kultury*, a zwłaszcza *tekstu medialnego*<sup>28</sup>.

24 Za: D. Czajkowska-Ziobrowska, *Reprodukcja...*, s. 10.

25 T. Zarycki, *Kapitał kulturowy...*, s. 19.

26 Autorami badania byli (bywali) poza autorką tekstu także: Krzysztof Kaszewski, Katarzyna Maciejak, Helena Balcerk.

27 Jednocześnie tematy były tak skonstruowane, aby uczniowie, którzy nie czytają i nie oglądają nic poza tekstami poznawanymi podczas lekcji języka polskiego, także mogli zająć stanowisko.

28 W poleceniu celowo pojawia się sformułowanie „przekaz medialny”, ponieważ pojęcie tekstu medialnego mogłoby być dla uczniów niejasne, w odróżnieniu od pojęć „literatura” i „film”.

Przyjmuje się, że *tekstem kultury* jest każdy rodzaj informacji o charakterze znakowym, pełniący funkcję kulturową<sup>29</sup>. W tym znaczeniu przekazem może być wszystko: obraz, pejzaż, ubiór, zachowanie<sup>30</sup>.

Można także zawęzić zakres znaczeniowy *tekstu kultury* do „terytorium słowa”. Wówczas tekstami kultury będą literatura, publicystyka, gdzie słowo jest jedynym lub dominującym medium, oraz komiks, plakat, film, gdzie słowu towarzyszą obraz, ruch i dźwięk. Taką propozycję przedstawiają autorzy „Słownika pojęć i tekstów kultury” pod red. E. Szczęsnej<sup>31</sup>.

Pojęcie *tekstu kultury* funkcjonuje wreszcie we współczesnej szkole. A. Janus-Sitarz zauważa, że: „Polonistyka szkolna nigdy nie ograniczała się do nauczania literatury i języka. Zawsze głęboko zanurzona była w szeroko rozumianej kulturze”. W związku z tym badaczka mówi o konieczności przygotowania uczniów „do odbioru różnych tekstów kultury, poczynając od sztuki słowa przez teatr, film, malarstwo, fotografię, muzykę, aż po budzące kontrowersje instalacje we współczesnych galeriach i teksty kultury masowej”<sup>32</sup>.

O ile zidentyfikowanie tekstów literackich i tekstów filmowych nie nastęrcza problemów – zarówno uczniom, jak i nauczycielom – to tekst / przekaz medialny nie ma już tak wyraźnych ram definicyjnych<sup>33</sup>.

U. Żydek-Bednarczuk zauważa, że „fundamentem działania w edukacji polonistycznej powinien być tekst klasyczny i tekst medialny”<sup>34</sup>, co badaczka wiąże w różnieniu na dyskurs klasyczny i dyskurs medialny<sup>35</sup>.

Na potrzeby podjętych tu badań – nie wchodząc w rozważania nad dyskursem i tekstem medialnym – przyjmuję, że zbiór tekstów medialnych stanowią te teksty, które nie należą do literatury i filmu.

29 A. Burzyńska, *Semiotyka*, [w:] A. Burzyńska, M. P. Markowski, *Teorie literatury XX wieku. Podręcznik*, Wydawnictwo Znak, Kraków 2006, s. 254.

30 „Teksty kultury są zawsze pewnym typem przekazu – według Łotmana i Uspieskiego koniecznie obdarzonym pewnym znaczeniowym naddatkiem, co odróżnia je od nie-tekstów, czyli przekazów, które nie zostały uznane przez odbiorców za szczególnie wartościowe, ważne, godne zapamiętania” (M. Rygielska, *O „tekście kultury”*, „Zeszyty Etnologii Wrocławskiej”, nr 1, 2015, s. 31).

31 E. Szczęsna, *Wstęp*, [w:] *Słownik pojęć i tekstów kultury*, red. E. Szczęsna, Wydawnictwa Szkolne i Pedagogiczne, Warszawa 2002, s. 5-7.

32 A. Janus-Sitarz, *Wstęp. Między słowem, obrazem i dźwiękiem, czyli uczeń wobec różnych tekstów kultury* [w:] *Przygotowanie ucznia do odbioru różnych tekstów kultury*, red. A. Janus-Sitarz, Towarzystwo Autorów i Wydawców Prac Naukowych Universitas, Kraków 2004, s. 9.

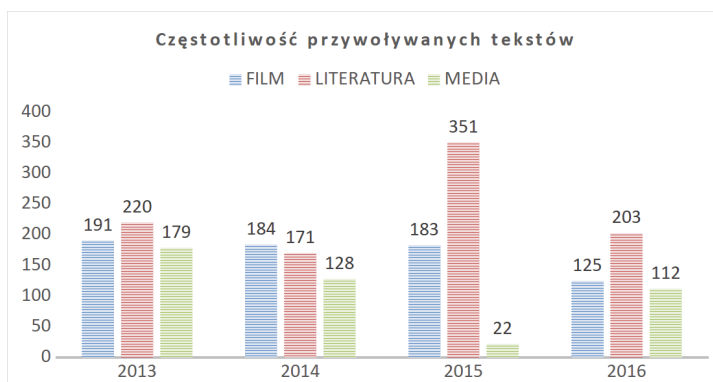
33 W trakcie badania uczniowie często pytali, do jakich przekazów medialnych mogą się odnieść; jak mają rozumieć przekaz medialny.

34 U. Żydek-Bednarczuk, *Tekst medialny w edukacji polonistycznej*, [w:] *Językowe, literackie i kulturowe ścieżki edukacji polonistycznej (tradycja i współczesność): księga jubileuszowa dedykowana Profesor Helenie Synowicz w czterdziestelecie pracy naukowej i dydaktycznej*, red. D. Krzyżyk, B. Niesporek-Szamburska, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice, s. 51-52.

35 Ograniczony do przekazów za pomocą mediów elektronicznych.

Na początek warto przyjrzeć się, jakie teksty przywołują uczniowie klas pierwszych. W tym miejscu dane liczbowe ograniczam do uczniów liceów. Zakładam bowiem, że uczniowie liceów i techników stanowią dwie odrębne i nieporównywalne grupy badawcze.

Wykres 1. Częstotliwość przywoływania różnych typów tekstów

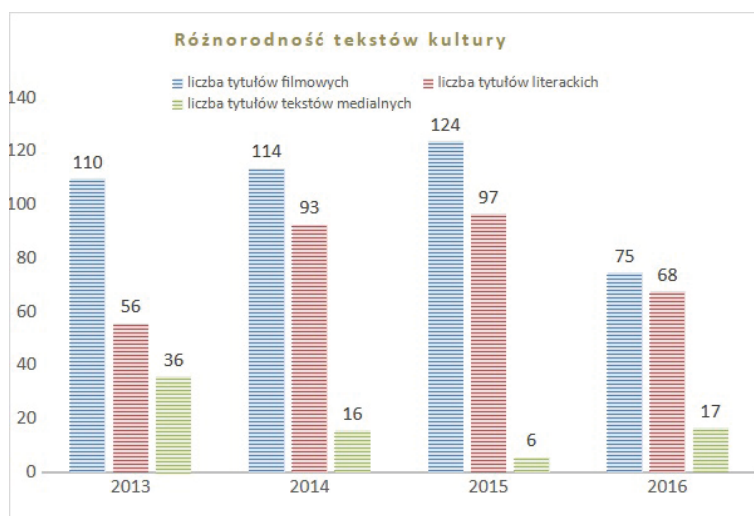


Źródło: opracowanie własne

Z przedstawionych danych wynika, że młodzież – szukając przykładów uzasadniających argumenty – częściej odwołuje się do tekstów literackich. Nie ma w tym nic zaskakującego. Jest to wynik treningu, jaki przeszli licealiści na poprzednich etapach edukacji. Ponieważ na lekcjach języka polskiego dominują teksty czytane, uczniowie są niejako wytrenowani w ich przywoływaniu. Widać to zwłaszcza w 2015 roku. Najmniej jest tekstów medialnych. Są one też najmniej sprecyzowane, toteż uczniowie mają trudność z przywołaniem konkretnego tekstu medialnego.

Interesująca jest jednak nie tylko liczba przywołań, a także – a może nawet bardziej – różnorodność przywoływanych tekstów.

Wykres 2. Różnorodność przywoływanych tekstów w zależności od typu medium

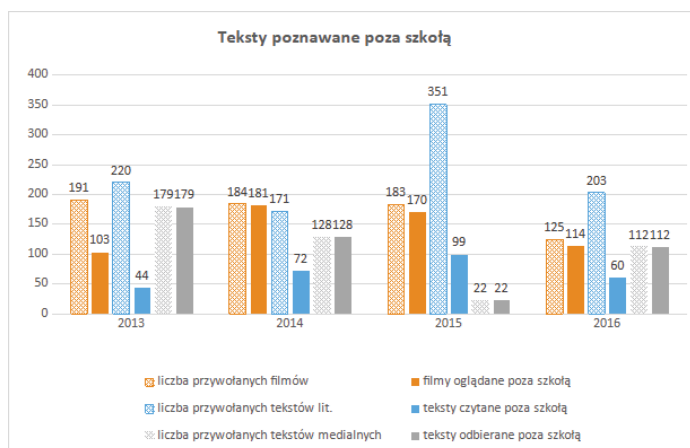


Źródło: opracowanie własne

W tym zestawieniu zdecydowanie dominuje film. Za każdym razem liczba tytułów filmowych (pierwszy słupek z lewej) przewyższa liczbę tytułów literackich (środkowy słupek).

Ponadto od 2014 roku można zauważyć większą śmiałość kwidzyńskich uczniów do sięgania po teksty poznawane poza szkołą. Przy czym znowu dotyczy to zwłaszcza tytułów filmowych.

Wykres 3. Liczba tekstów poznawanych poza szkołą (niebędących lekturami szkolnymi)



Źródło: opracowanie własne

Analiza samych tytułów może pokazać, co buduje kapitał kulturowy pokolenia. Obserwujemy bowiem, z jakimi tekstami kultury młodzież ma styczność, zwłaszcza w czasie wolnym.

Wśród analizowanych prac są takie, których autorzy odwołują się wyłącznie do tekstów poznawanych w szkole (do lektur szkolnych). Tytuły lektur są też tymi, które najczęściej się powtarzają. Na przykład w 2015 roku w 87 pracach (na 247) pojawił się tekst W. Szekspira „Romeo i Julia”, w 37 pracach „Makbet” tego samego autora. W 2014 roku na 232 prace „Makbet” został przywołany 44 razy, a 22 razy „Król Edyp” Sofoklesa. W 2013 roku na 221 prac w 36 pracach przywołano „Rozmowę Mistrza Polikarpa ze Śmiercią”, w 21 pracach „Romeo i Julię”, w 19 pracach Pismo Święte.

W przypadku tekstów literackich czytanych w czasie wolnym najwyższą frekwencję miała seria o Harrym Potterze – 8 razy w 2013 roku, 17 razy w 2015 roku.

Tytuły filmowe nie powtarzają się tak często, co pokazuje, że uczniowie oglądają dużo i są to bardzo różne produkcje, choć dominują filmy i seriale z gatunku *fantasy* i *dark fantasy* oraz produkcje emitowane na dużych internetowych platformach telewizyjnych: HBO, Netflix, np. „13 powodów”, „The Walking Dead”, „Dom z papieru”, „Gra o tron” itd.

Samo wymienienie tytułów tekstów filmowych i literackich daje obraz tego, co uczniowie czytają i/lub oglądają, dlatego też w kontekście prowadzonych analiz istotniejsze są te teksty, po które uczniowie sięgają z własnej woli. Lektury szkolne, zarówno w postaci literackiej, jak i filmowej, poznają bowiem z obowiązku. Analiza wypracowań pokazuje, że o tekstach poznawanych w trakcie lekcji nierzadko łatwiej jest pisać. Są one bowiem nie tylko czytane, ale też omawiane. Dzięki temu uczniowie zdobywają umiejętności rozmawiania, a potem pisanie o dziele literackim (rzadziej filmowym).

Dzieje się tak dlatego, że szkolny przedmiot język polski jest literaturocentryczny. Dominuje edukacja literacka, którą można tu rozumieć jako kierunek kształcenia zmierzający do wyposażenia zarówno dzieci i młodzieży, jak i osób dorosłych w określoną wiedzę oraz w umiejętności pozwalające na świadomy i krytyczny odbiór tekstów literackich<sup>36</sup>.

W „Podstawie programowej” z 2008 roku poświęcono też osobne miejsce edukacji filmowej, którą można rozumieć analogicznie, jako kierunek kształcenia zmierzający do wyposażenia zarówno dzieci i młodzieży, jak i osób dorosłych w określoną wiedzę oraz w umiejętności pozwalające na świadomy i krytyczny odbiór tekstów filmowych.

---

36 Definiując edukację literacką i filmową, wykorzystuję sparafrazowaną definicję edukacji medialnej U. Żydek-Bednarczuk (U. Żydek-Bednarczuk, *Tekst medialny...*, s. 51).

W najmniejszym stopniu „Podstawa programowa” odwołuje się do edukacji medialnej, którą U. Żydek-Bednarczuk rozumie jako:

(...) kierunek kształcenia zmierzający do wyposażenia zarówno dzieci i młodzieży, jak i osób dorosłych w określoną wiedzę oraz w umiejętności pozwalające na świadomy i krytyczny odbiór przekazów medialnych, w szczególności zaś — komunikatów przekazywanych za pośrednictwem mass mediów<sup>37</sup>.

W tak rozumiany obszar edukacji medialnej niewątpliwie wchodzi także edukacja filmowa, przynajmniej w tej części, gdy mowa o produkcjach filmowych innych niż kinowe.

Można zatem założyć, że w trakcie edukacji szkolnej na II i III etapie edukacyjnym badana grupa młodzieży zdobyła umiejętności rozmawiania, a potem pisania przede wszystkim o dziele literackim, w mniejszym stopniu o dziele filmowym. Jednak analiza prac pokazuje, że interpretacje dzieł literackich są schematyczne, często wyuczone<sup>38</sup>. Trudno mówić w tym wypadku o opanowaniu konwencji czy głębokim przeżywaniu kultury, które należałoby powiązać z kultem kultury postulowanym przez P. Bourdieu.

T. Zarycki zwraca uwagę, że:

Duża część form manifestujących kompetencje kulturowe, wymaga (...) twórczego, przynajmniej w pewnym zakresie, podejścia do kultury, tworzenia subiektywnych jej interpretacji oraz budowania z jej elementów spersonalizowanych kombinacji będących podstawą własnego stylu, którego posiadanie jest warunkiem osiągnięcia najwyższego statusu w polu kultury<sup>39</sup>.

Z tym uczniowie mają ogromny problem, zwłaszcza w obszarze kompetencji medialnych.

### **Tekst medialny w świadomości uczniów**

O ile w przypadku tekstów literackich i filmowych uczniowie na ogół podają konkretne tytuły, to w przypadku tekstów medialnych zdecydowanie przeważają sformułowania ogólne, co obrazuje kolejny wykres.

Ponieważ w tematach prac proszono uczniów o odwoływanie się do współczesnych mediów (przekazów medialnych), media pojmowane w sposób ogólny zajmują wysoką (2.) pozycję na liście rankingowej. W latach 2013 i 2016 pierwszą pozycję zajmuje telewizja. To tu najczęściej uczniowie szukali przykładów potwierdzających postawioną tezę. Zdecydowanie rzadziej pojawiały się prasa i radio – przy czym te dwa media nigdy nie występowały samodzielnie. Zawsze pojawiały się podczas wyli-

37 Ibidem, s. 51.

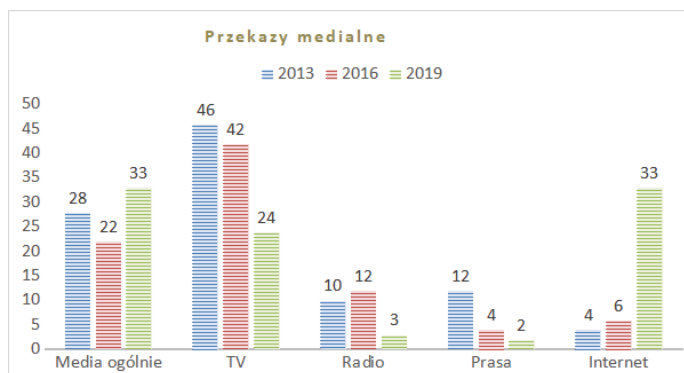
38 Sposób konceptualizowania dzieł literackich i filmowych oraz sposób wykorzystywania ich w pracach uczniowskich nie jest przedmiotem niniejszego opracowania, toteż ograniczam się do sformułowania powyższej konstatacji na podstawie obserwacji analizowanych prac.

39 T. Zarycki, *Kapitał kulturowy...*, s. 19.



czania mediów. Najbardziej, co może dziwić, pojawiał się Internet – medium wydałoby się najpopularniejsze w badanej grupie wiekowej.

Wykres 4. Przekazy medialny w pracach uczniów – liczba przywołań



Źródło: opracowanie własne

Te same wyniki otrzymano zarówno w roku 2013, jak i w 2016. Sytuacja zmieniła się trzy lata później, kiedy uczniowie zdecydowanie chętniej odwoływali się do przykładów odnalezionych w Internecie. Telewizja występuje już zdecydowanie rzadziej. Istotny spadek notują też dwa stare media – prasa i radio, przy czym podobnie jak w latach 2013 i 2016 pojawiają się jako składniki wyliczenia.

Ponieważ tematy prac wskazują źródła, w których uczniowie mogą (powinni) szukać przykładów na poparcie tezy, piszący starają się spełnić wymóg i często podają jeden przykład z literatury, jeden z filmu i jeden z innych tekstów kultury, do których można zaliczyć szeroko pojęte przekazy medialne, ujmowane w sposób ogólny, np.:

- *W mediach wielokrotnie można usłyszeć o wyścigu ludzi na całym świecie po władzę;*
- *W programach telewizyjnych, politycy walczą o dobry wizerunek;*
- *W radiu, telewizji podawane są historie, w które trudno uwierzyć;*
- *Istota społeczna ma świadomość własnej przynależności do jakiejś grupy. Przykładem takich zachowań są wszelkiego rodzaju portale społecznościowe.*

Zdecydowanie rzadziej pojawiają się konkretne tytuły, tym bardziej warto zwracać na nie uwagę:

- *Program „Mali giganci” emitowany w TVN pokazuje jak rozsądne muszą być dzieci;*
- *Kolejnym przykładem, o którym chcę napisać jest tekst piosenki rockowego zespołu – Luxtorpedy pt. „Dziury po ospie”;*

- *W „Uwadze” na TVN lub w TVN24 mówi się dużo o zaginięciach niepełnoletnich lub o samobójstwach.*

Przywoływaniu tekstów medialnych towarzyszą liczne określenia, które pozwalają na generalizowanie: teksty, które służą poparciu tezy, pojawiają się „bardzo często”, jest ich „bardzo dużo” i mają wpływ na życie „każdego” człowieka. W przypadku tekstów medialnych uczniowie posługują się kategorią nieokreśloności. Służą temu formy czasownikowe niepozwalające na wskazanie konkretnego wykonawcy czynności, przymiotniki wskazujące na wielość, różnorodność, a przy tym nieokreśloność: *mówią o tym (kto?), słychać o zgonach różnych ludzi*, np.

- *Bardzo często w radio czy telewizji słyszymy, że dziecko które ma poniżej 18 lat uratowało kogoś z sytuacji ciężkiej.*
- *Każdy z nas ogląda wiadomości, aby być na bieżąco z tym, co dzieje się w państwie.*
- *Oglądając telewizyjne wiadomości, co dzień nie możemy usłyszeć o braku rozsądku dorosłych.*

Od uczniów szkół ponadgimnazjalnych wymaga się operowania odpowiednim słownictwem. Jeśli uczniowie mówią lub piszą o literaturze, powinni posługiwać się terminologią z zakresu teorii literatury (gatunek, bohater, narrator, powieść itp.). Jeśli odnoszą się do filmu, oczekuje się od nich także określonego zasobu słownictwa (reżyser, adaptacja, serial, komedia, bohater)<sup>40</sup>. To samo dotyczy innych tekstów kultury, także tych pojawiających się w mediach masowych. Rozmowa o mediach powinna przebiegać z wykorzystaniem odpowiedniej leksyki. W tym wypadku można jednak zauważyć ubóstwo słownictwa.

Problemy leksykalne młodzieży są bardzo różne. Mogą to być skróty myślowe („półgodzinny serial” zamiast „serial złożony z dziesięciu półgodzinnych odcinków”; „byłem świadkiem pokazu medialnego w Łodzi” zamiast: „oglądałem program o...”), błędnie użyte pojęcia (transmisja, być świadkiem czegoś):

- *Dobrym dowodem jest również powstanie półgodzinnego serialu „Śmierć na 1000 sposobów”, w którym w każdym odcinku przedstawiane są najbardziej niedorzeczne śmierci, o jakich kiedykolwiek słyszałam. Całość oparta jest na faktach i transmitowana w formie dziesięciu odcinków, a w każdym znajdziemy po dziesięć najdziwniejszych śmierci.*

---

40 Terminologia dotycząca literackich i filmowych tekstów kultury nie jest przedmiotem niniejszego opracowania. Warto jednak zaznaczyć, że i w tym zakresie ujawnia się duże zróżnicowanie wśród młodzieży szkół ponadgimnazjalnych. Nieliczni mają w swoim słowniku czynnym terminy takie jak „oś fabularna filmu”, „film na podstawie powieści”, „adaptacja filmowa”. W pracach dominuje zdecydowanie ograniczony zasób terminów i pojęć wynikający bądź to z posługiwania się na co dzień kodem ograniczonym, bądź to z braku wiedzy.

- *Niedawno byłem świadkiem pokazu medialnego w Łodzi, gdy trójka małych dziewczynek wraz z ich rodzicami opowiadali o wypadku, który miał miejsce we wrześniu 2015 r., w okolicach Radomia. Trzy dziewczynki bawiąc się na podwórku zauważyły rozbite auto przy drodze. Wokół auta zebrało się dużo ludzi, lecz nikt nie wezwał pomocy.*

Młodzież nierzadko ma problem z poprawnym posługiwaniem się nazwami mediów i nazwami przekazników (radio i telewizja jako medium i jako przekaznik):

- *Problem młodzieżowej fantazji znany jest chyba na całym świecie. Słyszymy w radiach i telewizorach co w różnych miejscach zdarza się. Przywołam sprawę, o której jest bardzo głośno czyli narkotyki, mam tu na myśli osoby sięgające po nie dla tzw. „szpanu”.*
- *Wiele razy słyszymy w przekaznikach medialnych, że ginie wiele młodych osób, w różny sposób.*
- *Ostatnio w telewizji widziałem filmik jak 64-letni mężczyzna zatkł swojego psa na śmierć, ponieważ nie chciał gonić owiec na polu.*

Kolejny problem dotyczy określania gatunków medialnych. Jest to jedna z kompetencji w zakresie odbioru mediów wskazana między innymi w „Katalogu kompetencji medialnych, informacyjnych i cyfrowych”<sup>41</sup>. Jak już zostało powiedziane, młodzież najczęściej posługuje się kategoriami ogólnymi, takimi jak media, telewizja, radio, prasa. Wysoką frekwencję ma także ogólna nazwa *program*, stosowana w odniesieniu do różnych produkcji medialnych, oraz nazwa *wiadomości*. Ta ostatnia jest o tyle nieprecyzyjna, że nie wiadomo, czy chodzi o program informacyjny przekazujący wiadomości (informacje), czy też o konkretny program „Wiadomości” emitowany codziennie w TVP1.

- *Coraz częściej możemy usłyszeć w wiadomościach lub radiu o nieodpowiedzialnym zachowaniu rodziców małych, nieświadomych dzieci;*
- *Jeszcze chyba nigdy nie było w wiadomościach, że nikt nie umarł;*
- *Ostatnim argumentem jest przykład wiadomości z telewizji. Opisywała ona jak osobie, której robiono operację przypadkowo odłączono tlen.*

Analiza wypowiedzi uczniowskich pozwala jednak domniemywać, że *wiadomości* pełnią funkcję chrematonimu – nazwa jednostkowa została przeniesiona na wszystkie programy określonego typu (formatu), pełniące określone funkcje. Świadczy o tym konstrukcja składniowa (w *wiadomościach*, analogicznie do w „*Rozmowach w toku*” czy w „*Na dobre i na złe*”) lub relacja semantyczna, gdzie wiadomości są synonimiczne względem programów informacyjnych. Ponadto wiadomości zawsze odnoszone są do telewizji (por. w *wiadomościach lub radiu*).

41 *Katalog kompetencji medialnych, informacyjnych i cyfrowych*, Warszawa 2014, [http://edukacjamedialna.edu.pl/media/chunks/attachment/Katalog\\_kompetencji\\_medialnych\\_2014\\_EudBrrI.pdf](http://edukacjamedialna.edu.pl/media/chunks/attachment/Katalog_kompetencji_medialnych_2014_EudBrrI.pdf), s. 28, 30, 42 [dostęp: 10 kwietnia 2022].

Warto jednak zauważyć, że uczniowie (niektórzy) odróżniają informację od publicystyki – przynajmniej na poziomie klasyfikacji mediów<sup>42</sup>.

- *Nie tylko wiadomości mówią nam o śmierci, ale także różne programy publicystyczne, gdzie ludzie rozmawiają na temat śmierci i tego co po niej jest;*
- *W programach publicystycznych takich jak „Interwencja” pełno jest przypadków, w których przedstawiane są osoby z marzeniami, aspiracjami, a nie mają możliwości realizacji planów chociażby przez chorobę;*
- *Wystarczy włączyć program informacyjny, aby usłyszeć o dziecku pozostawionym w lesie za karę czy też o śmierci małego dziecka, które wypadło z okna podczas gdy pilnował go pijany ojciec.*

Wreszcie w analizowanych pracach można zauważyć z jednej strony nieuzasadnioną erudycyjność:

- *Innym przykładem dzieła zafascynowanego śmiercią i opartego na jej tematyce jest program pt. „Zagadkowe zgony”. Opowiada on o niezwykłych i nieprzewidywanych śmierciach zwykłych osób podczas wykonywania czynności np. mężczyzna zmarł od kaszlnięcia.*

z drugiej – zbyt dużą potoczność:

- *Rozwinąłem się o osobach młodszych, ale starsi też nie są święci. Ostatnio w telewizji widziałem filmik jak 64-letni mężczyzna zatłukł swojego psa na śmierć, ponieważ nie chciał gonić owiec na polu. Więc tego nie da się nazwać rozsądną starością.*

Na zagadnienie zróżnicowania kompetencji językowych zwracał uwagę P. Bourdieu. Jego zdaniem zjawisko to uwidoczni się „nie tylko w kontraście między wyrażaniem i elegancją językową klas wyższych a ich brakiem w klasach niższych, ale i w hiperpoprawności językowej klas średnich – niższych, widocznej między innymi w sztywności gramatycznej”<sup>43</sup>.

P. Bourdieu wskazywał przede wszystkim na problem z uczestnictwem w kulturze wysokiej. Jak pokazują jednak analizy prac uczniowskich, także pisanie o kulturze niższej – popularnej, masowej – może być trudne i wymagać specjalnych kompetencji. Dzieje się tak, ponieważ tak jak samo uczestnictwo w kulturze wysokiej (czytanie książek, chodzenie do teatru, zwiedzanie muzeów itp.) nie przekłada się automatycznie na umiejętność rozmawiania o niej, tak samo odbiór tekstów medialnych nie gwarantuje umiejętności ich wykorzystania podczas prezentowania własnego zdania na określony temat. W związku z tym – jak podkreśla A. Sullivan – najważniejsze w budowaniu kapitału kulturowego, który przekłada się na sukces edukacyjny uczniów, jest to, czy uczestnictwo w kulturze (jakiegokolwiek) ma charakter językowy czy niejęzykowy. W kontekście szkolnym tylko niektóre formy

<sup>42</sup> Na tym etapie analiz nie można stwierdzić, czy rozróżniają funkcję informacji i publicystyki.

<sup>43</sup> Za: T. Zarycki, *Kapitał kulturowy...*, s. 19.

uczestnictwa w kulturze są dyskutowane, mimo iż wszystkie (bez względu na ich z góry ustaloną wartość<sup>44</sup>) budują społeczny Bourdieu'owski habitus<sup>45</sup>. Przekazy medialne odgrywają tu niebagatelną rolę, obok literatury i filmu. Jak pisze A. Sullivan:

Transmitting information about the wider world is the distinctive role of media based on the written or spoken word. Without these information media (books and other written material, TV, internet, film, radio), the individual would be confined to a small world of limited information provided by their family, teachers and social circle. These media provide the individual with unlimited information. The ability to filter and process this type of information is a crucial academic skill, as is the ability to manipulate language<sup>46</sup>.

Młodzież ma świadomość istotnej roli przekazów medialnych. Mimo iż media najczęściej przywoływane są w sposób bardzo ogólny, przypisuje im się istotne społecznie funkcje. W uczniowskiej konceptualizacji mediów dominuje funkcja informacyjna<sup>47</sup>. Widać to w sformułowaniach typu: *w mediach mówi się o...; w mediach słyszymy o...* Media uznawane są za źródło informacji, więc ich głównym zadaniem jest informowanie i zawiadamianie.

W świadomości uczniów media szukają sensacji, przez co można domniemywać, że nie zawsze informacyjna funkcja mediów postrzegana jest przez młodzież w pozytywnym aspekcie. Zdecydowanie częściej uczniowie powołują się na informacje negatywne (informacje o śmierci, wypadkach, patologiach itp.) niż pozytywne. Po trosze przyczyną mogą być narzucone tematy, zwłaszcza temat z 2013 r. dotyczący śmierci<sup>48</sup>, ale temat z roku 2016 r.<sup>49</sup> pozwalał na przywoływanie miłych, pozytywnych informacji. Tu jednak także uczniowie, wskazując na przykład na rozsądek dzieci, ukazywali to zjawisko w opozycji do niewłaściwego zachowania dorosłych (rozsądne dziecko vs. nierozsądny dorosły, będący przyczyną tragedii).

Analizowany materiał nie pozwala jednak stwierdzić, czy jest to opinia uczniów wyrobiona przez nich samych podczas codziennego obcowania z tekstami medial-

44 Czytanie zawsze jest lepiej oceniane niż oglądanie filmów, tak jak chodzenie do muzeum ma większą wartość niż samotne oglądanie tych samych dzieł sztuki w Internecie (por. A. Sullivan, *Cultural Capital, Cultural Knowledge and Ability*, „Sociological Research Online”, nr 12, 2008, s. 2).

45 Ibidem, s. 3.

46 Ibidem: „Przekazywanie informacji o szerszym świecie to szczególna rola przekazów medialnych opartych na słowie pisany lub mówionym. Bez tych nośników informacji (książek i innych materiałów pisanych, telewizji, internetu, filmu, radia) jednostka byłaby zamknięta w wąskim świecie ograniczonych informacji dostarczanych przez rodzinę, nauczycieli i środowisko społeczne. Media dostarczają jednostce nieograniczoną ilość informacji. Umiejętność filtrowania i przetwarzania tego typu przekazów jest kluczową umiejętnością akademicką, podobnie jak umiejętność manipulowania językiem” [tłumaczenie własne – M.T.].

47 Młodzież wskazuje także na inne funkcje mediów, np. rozrywkową, edukacyjną. Na tym etapie analiz nie mogę jeszcze jednoznacznie stwierdzić, jak częste jest to zjawisko.

48 Por. *Czy zgadzasz się ze stwierdzeniem, że śmierć jednocześnie przeraża i fascynuje?*

49 Por. *Dzieci bywają rozsądniejsze od dorosłych. Czy zgadzasz się z tym stwierdzeniem?*

nym, czy też jest to opinia zasłyszana i jedynie powielana, zwłaszcza gdy czyta się powtarzające się frazy: *media bombardują nas, w mediach nagłaśnia się*<sup>50</sup>.

### Podsumowanie

Zarysowana wyżej wstępna analiza sposobów wykorzystywania tekstów kultury (ze szczególnym uwzględnieniem tekstów medialnych) przez młodzież szkół ponadgimnazjalnych pozwala na sformułowanie pierwszych wniosków oraz wskazuje kierunek badań. Z jednej strony prace uczniów mogą dostarczyć wiedzy o tym, co kształtuje kapitał kulturowy współczesnej młodzieży (pod warunkiem, że autorzy prac mają dowolność w wyborze przykładów), z drugiej – ukazują poziom kompetencji odbiorczych w zakresie odbioru literatury, filmu i tekstów medialnych. Te informacje otrzymujemy niejako przy okazji podczas analizy tekstów argumentacyjnych.

Już teraz można stwierdzić, że uczniowie chętnie sięgają po teksty kultury poznawane poza szkołą i chcą się do nich odwoływać w swoich pracach. Jednocześnie potwierdza się, że uczniowie częściej oglądają, niż czytają. Najwięcej problemów sprawiają uczniom przekazy medialne. Mimo że media towarzyszą młodym ludziom na co dzień, są dla nich podstawowym źródłem informacji i rozrywki, to nie są poddawane jakiegokolwiek refleksji; o mediach się w szkole nie rozmawia. Sposób pisania o tekstach medialnych potwierdza przypuszczenia, że teksty medialne nie są przedmiotem szkolnych analiz, a co za tym idzie – edukacja szkolna nie przygotowuje młodych ludzi do odbioru mediów i do rozmów na ich temat. Efektami są: nieporadność w mówieniu o przekazach medialnych; dominacja słownictwa na poziomie kodu ograniczonego; nadużywanie szablonów bez głębszego namysłu nad znaczeniem słowa (pojęcia). Widać tu rozdźwięk pomiędzy tym, co oferuje szkoła, a tym, z czym obcuje na co dzień młodzież. Szkoła próbuje tworzyć „kult kultury” w oparciu o teksty literackie i nieliczne filmy kinowe, natomiast uczniowie swój kapitał kulturowy budują przede wszystkim na tekstach medialnych, mieszczących się w obszarze kultury popularnej. Nie dziwi więc fakt, że taki kapitał kulturowy nie pomaga w głębokim przeżywaniu kultury oferowanej przez szkołę, a rozwijanie (mniej lub bardziej skuteczne) kompetencji kulturowych przez szkołę nie pomaga uczniom w lepszym rozumieniu tekstów im bliższych, tj. tekstów medialnych (w tym filmów, seriali nienależących do tzw. kultury wysokiej).

---

50 A. Sullivan zwraca uwagę na pasywny sposób przyswajania kultury – uczniowie przyswajają sposób mówienia o zjawiskach społeczno-kulturalnych w domu, rzadziej w szkole, i robią to w sposób pasywny. Nie mają bowiem okazji dyskutować na ten temat (A. Sullivan, *Cultural Capital...*, s. 4-5).

## Bibliografia

- Bernstein B., *Socjolingwistyczne ujęcie procesu socjalizacji: uwagi dotyczące podatności na oddziaływanie szkoły*, tłum. Z. Babska, [w:] *Badania nad rozwojem języka dziecka. Wybór tekstów*, red. G. W. Shugar, M. Smoczyńska, Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warszawa 1980, s. 557-596.
- Bernstein B., *Odtwarzanie kultury*, tłum. Z. Bokszański, A. Piotrowski, oprac. A. Piotrowski, Państwowy Instytut Wydawniczy, Warszawa 1990.
- Burzyńska A., *Semiotyka*, [w:] A. Burzyńska, M.P. Markowski, *Teorie literatury XX wieku. Podręcznik*, Wydawnictwo Znak, Kraków 2006, s. 231-278.
- Czajkowska-Ziobrowska D., *Reprodukcja kapitału kulturowego w ujęciu Pierre'a Bourdieu ze szczególnym uwzględnieniem kapitału szkolnego*, „Przegląd Naukowo-Metodyczny. Edukacja dla Bezpieczeństwa”, nr 1, 2009, s. 9-16.
- Dolata R., *Szkoła – segregacje – nierówności*, Wydawnictwa Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa 2008.
- Informator o egzaminie gimnazjalnym od roku 2011/2012*, Warszawa 2010, [https://cke.gov.pl/images/files/Gimnazjum\\_2011\\_2012/Informator\\_G1.pdf](https://cke.gov.pl/images/files/Gimnazjum_2011_2012/Informator_G1.pdf) [dostęp: 10 kwietnia 2022].
- Informator o egzaminie maturalnym od roku 2014/2015*, Warszawa 2013, [https://cke.gov.pl/images/\\_EGZAMIN\\_MATURALNY\\_OD\\_2015/Informatory/2015/Język-polski.pdf](https://cke.gov.pl/images/_EGZAMIN_MATURALNY_OD_2015/Informatory/2015/Język-polski.pdf) [dostęp: 10 kwietnia 2022].
- Katalog kompetencji medialnych, informacyjnych i cyfrowych*, Warszawa 2014, [http://edukacja-medialna.edu.pl/media/chunks/attachment/Katalog\\_kompetencji\\_medialnych\\_2014\\_EudBrrI.pdf](http://edukacja-medialna.edu.pl/media/chunks/attachment/Katalog_kompetencji_medialnych_2014_EudBrrI.pdf) [dostęp: 10 kwietnia 2022].
- Kwieciński Z., *Szkoła czy demokracja*, „Edukacja”, nr 2, 1992.
- Piotrowski M., *Monitoring kompetencji szkolnych w środowisku lokalnym. Wyzwania*, „Studia z Teorii Wychowania”, nr 2, 2017, s. 91-112.
- Podstawa programowa z komentarzami. Tom 2. Język polski. Szkoła podstawowa, gimnazjum, liceum*, <http://www.bc.ore.edu.pl/dlibra/docontent?id=232> [dostęp: 10 kwietnia 2022].
- Przygotowanie ucznia do odbioru różnych tekstów kultury*, red. A. Janus-Sitarz, Towarzystwo Autorów i Wydawców Prac Naukowych Universitas, Kraków 2004.
- Radola M., *Kapitał społeczny a osiągnięcia szkolne ucznia*, „Studia Edukacyjne”, nr 27, 2013, s. 143-157.
- Rygielska M., *O „tekście kultury”*, „Zeszyty Etnologii Wrocławskiej”, nr 1, 2015, s. 27-43.
- Słownik pojęć i tekstów kultury*, red. E. Szczęsna, Wydawnictwa Szkolne i Pedagogiczne, Warszawa 2002.
- Sullivan A., *Cultural Capital, Cultural Knowledge and Ability*, „Sociological Research Online”, nr 12, 2008, <https://www.socresonline.org.uk/12/6/1.html>, s. 1-14 [dostęp: 10 kwietnia 2022]

---

Trysińska M., *Kształcenie językowe a kompetencje tekstotwórcze – raport z badań*, „Didaktické studie: Nové výzvy didaktiky českého jazyka”, nr 1, 2020, s. 113-133.

Zarycki T., *Kapitał kulturowy – założenia i perspektywy zastosowania teorii Pierré’a Bourdieu*, „Psychologia Społeczna”, nr 1-2, 2009, s. 12-25.

Żydek-Bednarczuk U., *Tekst medialny w edukacji polonistycznej*, [w:] *Językowe, literackie i kulturowe ścieżki edukacji polonistycznej (tradycja i współczesność): księga jubileuszowa dedykowana Profesor Helenie Synowiec w czterdziestolecie pracy naukowej i dydaktycznej*, red. D. Krzyżyk, B. Niesporek-Szamburska, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice 2014, s. 49-59.



**Jacek Wasilewski**

*Uniwersytet Warszawski*

ORCID: 0000-0003-1926-9950

**Mateusz Patera**

*Uniwersytet Warszawski*

ORCID: 0000-0002-8888-9777

## **Fakty, emocje, narracje prasowe w sytuacji zagrożenia: przypadek konfliktu krymskiego w publicystyce w lutym i marcu 2014 roku**

Celem badania przedstawionego w artykule było odnalezienie typów narracji i schematów w narracjach, którymi polskie media drukowane posługiwały się w opisywaniu wydarzeń na Krymie i jego aneksji. Wydarzenia te miały znaczący wpływ na postrzeganie następującego po nim i wciąż trwającego konfliktu na wschodzie Ukrainy.

Po ustaleniu typów narracji obecnych w polskiej prasie chcieliśmy zobaczyć, czy związane z poczuciem zagrożenia mechanizmy oceny sytuacji w badanych narracjach o wydarzeniach na Krymie wpływały na bezstronność przekazu dziennikarskiego, czy i w jakim stopniu taki mechanizm mógł występować w przypadku doniesień dziennikarskich o konflikcie na Ukrainie w 2014 roku.

Narracje rozumiemy tu jako reprezentacje poznawcze, które organizują dane jako następstwo czasowe wydarzeń. W tym sensie narracja jest sposobem rozumienia świata, strukturyzowania danych i operowania nimi<sup>1</sup>. Ze strumienia zdarzeń musimy wyodrębnić kilka z nich i połączyć je tak, by rozumieć związki przyczynowe między nimi oraz ewentualnie ująć ich wspólny sens<sup>2</sup>. Może dotyczyć on norm, sposobów działania, prawideł obowiązujących w rzeczywistości – zarówno w relacji jednostki ze światem, jak i społeczeństwem. Trzebiński wskazuje, że schemat narracyjny zawiera pewne modelujące elementy, do których należą:

- 
- 1 J. Wasilewski, *Opowieści o Polsce. Retoryka narracji*, Headmade, Warszawa, 2012; R. Schank, *Dynamic Memory: A Theory of Reminding and Learning in Computers and People*, Cambridge University Press, Cambridge 1982.
  - 2 R. Schank, *Tell Me a Story: A New Look at Real and Artificial Intelligence*, Simon & Schuster, New York 1991.

- **bohaterowie** historii dziejącej się w danej sferze,
- ich **wartości**, czyli pozytywne i negatywne dla bohaterów postawy wobec trudności.

Ponadto schemat narracyjny może generować modelowy repertuar **intencji** tych bohaterów oraz towarzyszące im **plany realizacji**<sup>3</sup>.

Kluczowe elementy dla narracji to zatem bohater, przypisany mu cel lub intencje działania oraz siły napędzające konflikt (antagonista, przeciwności itp.), które stoją bohaterowi na drodze do celu. Relacje między tymi elementami tworzą **schematy narracyjne**.

### Metodologia

Koncepcję narracji przydatną dla analiz narracji w prasie, a więc do porównywania narracji i łączenia ich w typy, oprzemy o zaproponowany przez strukturalistę Algirdasa Greimasa<sup>4</sup> schemat narracyjny, który określa podstawowe relacje elementów w narracji. Ponieważ relacje między elementami były podstawą dla użytego przez nas klucza kodowego, pokrótce je tu opiszemy.

**Bohater** (pojedynczy lub zbiorowy) chce osiągnąć **cel** i ma ku temu motywację. W dążeniu do celu bohater stawia się w pewnej roli – np. obrońcy demokracji, tradycji, władzy. Rola ta wiąże się z jego wartościami.

Istnieje siła, która **wyznacza** i legitymizuje **cel**. Może to być osoba, tradycja lub jakaś wyższa wartość. W polskich narracjach o konfliktach na wschodzie może to być polska racja stanu, przynależność do zachodniego świata wartości, wiekowe doświadczenia wobec zakusów Rosji, które skłaniają Polskę – kraj jako bohatera na międzynarodowej arenie – do takiego czy innego działania.

Bohater na drodze do celu musi zmierzyć się z **antagonistą**, który wchodzi z bohaterem w konflikt lub w inny sposób komplikuje jego wysiłki w osiągnięciu celu. Bohater w konflikcie ma jednak **wsparcie**. Wsparciem dla bohatera są wszystkie siły wewnętrzne i zewnętrzne, które zbliżają go do celu lub pomagają w walce z antagonistą.

Bohater, osiągając cel, może sam stać się **beneficjentem** tej sytuacji (np. naród odzyskujący niepodległość), ale też beneficjentem w narracji staje się ktokolwiek, kto korzysta z osiągnięcia celu przez bohatera: np. powstrzymanie Rosji na Ukrainie może dać oddech Estonii i Łotwie, jeśli popularna narracja o imperializmie ujmuje te kraje jako następne w kolejce po ukraińskim Krymie.

Narracja o ustalonym, znanym szkieletcie działa jak schemat poznawczy – to znaczy audytorium jest w stanie, po rozpoznaniu typu narracji, uzupełnić napływają-

3 *Narracja jako sposób rozumienia świata*, red. J. Trzebiński, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk 2002.

4 A. Greimas, E. Leach, *Rytuał i narracja*, Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warszawa 1989, s. 111.

ce informacje własnymi oczekiwaniami lub zniekształcić dane tak, by pasowały do schematu, pomijając to, co niespójne. Aby rozumieć narracje, czyli interpretować to, co się dzieje wśród ludzi czy wśród państw, musimy rozpoznać intencje zaangażowanych w interakcje bohaterów<sup>5</sup>. Zazwyczaj w tym „procesie rozpoznawania” bazujemy już na jakiejś wiedzy, starając się dopasować daną sytuację do jakiegoś znanego schematu – zwłaszcza w sytuacji zagrożenia, w której emocje zaburzają namysł.

Celem naszej analizy narracji prasowych było wydobycie wzorów (schematów) narracji o kryzysie/konflikcie na Ukrainie i ocena, czy i jak bardzo te schematy „sterują” takimi elementami informacji dziennikarskich, jak: przypisywanie motywacji, intencji, celów i wartościowania bohaterów.

W analizie związanej z oceną intencji różnych bohaterów objętych opowieścią o konflikcie przyjrzymy się bohaterom opowieści oraz ocenie ich intencji – zwłaszcza Rosji/Władimira Putina, zbadamy opisywane intencje przypisywane USA, czy szerzej – Zachodowi, a także używane kryteria oceny sytuacji politycznej i tego, kto jest w opisie dziennikarskim podmiotem suwerenności. Z materiału badawczego wyodrębnimy zatem:

1. role Rosji w opowieści o konflikcie (w tym metonimie Rosji – czyli Moskwę i Putina);
2. role, które odgrywają USA;
3. punkt widzenia w odniesieniu do narodowości mieszkańców regionu.

Do agregacji artykułów prasowych wykorzystano aplikację eGazety Reader. Pod kątem założonych kryteriów badawczych eksplorowano ponad 50 tytułów prasowych ukazujących się na terenie Polski, w tym wszystkie istotne dzienniki i magazyny (uzyskujące wysokie wskaźniki sprzedaży i czytelnictwa).

Do selekcji materiału badawczego zastosowano celowy dobór próby, opierający się na trzech aspektach – czasowym, tematycznym, gatunkowym.

Kryterium czasowe: operat danych zawierał się w okresie od 22 lutego 2014 r. (dzień ucieczki Wiktora Janukowycza z Ukrainy) do 23 marca 2014 r. (pierwszy dzień powszedni po podpisaniu przez prezydenta Władimira Putina aktów ratyfikacyjnych traktatu o przyjęciu Republiki Krymu do Federacji Rosyjskiej). Do badania zostały zakwalifikowane teksty, w których pojawiało się kluczowe słowo „Krym” (kryterium tematyczne) oraz które były tekstami reportażowymi lub analizami publicystycznymi (kryterium gatunkowe).

Biorąc pod uwagę trzy powyższe kryteria, wyodrębniliśmy jako narracyjne i szczegółowo przeanalizowaliśmy 30 artykułów. Wyselekcjonowane teksty poddawano analizie zawartości poprzez kodowanie, tj. wieloaspektowy opis wedle kilkunastu kategorii badawczych z naciskiem na te, które dotyczyły aspektów narra-

---

5 J. Wasilewski, *Opowieści...*, s. 59-69; R. Schank, *Tell Me...*

cyjnych. Wskazywano m.in. narratorów, cele, przeszkody, tryby działania, wartości protagonistów i antagonistów.

Zagregowane dane podlegały rekodowaniu i przekrojowemu zestawianiu wedle kluczowych, sklastrowanych kategorii. Analiza jakościowa tekstów pozwoliła na odnotowanie różnic narracyjnych pomiędzy poszczególnymi segmentami i tytułami prasy.

W analizie wyróżniliśmy głównych bohaterów prezentowanych w tekstach opowieści – Rosja/Władimir Putin, USA/Barack Obama i Ukraina.

Klucz kodowy użyty do analizy zawartości opierał się na podstawowych kategoriach narracyjnych z definicji Trzebińskiego oraz opisanych wcześniej kategorii modelu narracji Greimasa. Oprócz metryczki związanej z danymi identyfikacyjnymi artykułu, oddzielnie kodowano *autora* i *narratora*: nie zawsze bowiem autor jest narratorem, czasem jest nim bohater użyty przez autora do opisu sytuacji. Kolejne kategorie opisywały protagonistę: kim jest/jako kto występuje, jaki jest jego cel, jakie przeszkody musi pokonać na drodze do celu; jaki jest jego tryb działania związany z rolą, w jakiej występuje; jakimi wartościami kieruje się na drodze do celu, a więc jakie metody pokonywania przeszkód wybiera. Następnie wyszczególniano, jakie są według narratora założone skutki działań protagonisty i jakie są skutki zaistniałe. Takie same kategorie odnosiły się do antagonisty, który chce uniemożliwić działania protagonisty. W kluczu kodowym zaznaczano także sojuszników głównych bohaterów – a więc ewentualne wsparcie dla protagonisty i antagonisty oraz sposób działania sojuszników (wsparcie moralne, militarne, dyplomatyczne, finansowe, szkoleniowe itp.). Artykuły publicystyczne, w odróżnieniu od reportaży, prezentowały zazwyczaj proste opowieści, nie zawierały pięter narracyjnych ani polifonii głosów, co znacznie upraszczało prace analityczne.

Dzięki tak zbudowanemu kluczowi dawało się pogrupować narracje według różnych kategorii i je porównywać. Analiza zawartości pod względem kategorii narracyjnych pozwala spojrzeć na uwzorowanie opowieści o konflikcie o Krym, pierwszym z serii, która skończyła się wojną Rosji z Ukrainą, uporządkowanie perspektyw, z których jest opowiadana i ukazanie ich ewentualnych różnorodności. W tych opowieściach w prasie polskiej, tradycyjnie sprzyjającej Ukrainie i niesprzyjającej Rosji, mamy zatem trzech głównych bohaterów: agresor – Rosja, ofiara – Ukraina, wsparcie ofiary – Zachód. Jak tłumaczono sobie w polskiej prasie, kto i dlaczego zaangażował? Jak Zachód uzasadniał swoje „wsparcie”, jako jaka ofiara jawiła się Ukraina? Zaczniemy od Putina i wytłumaczenia jego zachowania.

### **Narracje o Putinie i Rosji**

Władimir Putin i Rosja na łamach artykułów o charakterze publicystycznym w lutym i marcu 2014 roku ukazywani byli w sposób niejednoznaczny. W czterech

publikacjach<sup>6</sup> prezydent Rosji bądź Rosja jako państwo zostali zakwalifikowani jako protagoniści (bohaterowie posiadający swoje własne cele, niepodporządkowane działaniom innych bohaterów; to na ich intencjach i celach ogniskowała się opowieść). Rolę antagonistów przypisano im w 16 artykułach. Nagłe naruszenie porządku granic wymagało wytłumaczenia, dlaczego Rosja zdecydowała się na zabór czy aneksję Krymu. Najłatwiej można było to wytłumaczyć tym, że był szalony.

### Szalony Putin

Władimir Putin – irracjonalny, a nawet szalony, to bohater, który pojawiał się w różnorodnych tytułach prasowych. Tego typu narracje można zaobserwować zarówno w centrowo-liberalnej „Gazecie Wyborczej”, jak i innych mainstreamowych gazetach – „Rzeczpospolitej” czy „Dzienniku Gazecie Prawnej”. Rosyjski prezydent nie może uzyskać pełnej swobody w swoich imperialnych marzeniach, ponieważ na jego drodze pojawiają się m.in. kolejne nieobliczalne rewolucje w poradzieckich republikach, takie jak Majdan na Ukrainie, które nie sprzyjają w konsekwentnie realizowanym planie odtworzenia imperium ze stolicą w Moskwie.

Jak się jawi Putin jako władca wobec Rosjan? W tej relacji opisywany był on w kategoriach aktora nacechowanego pozytywnie, gdyż przyjął za cel „odwrócić największą tragedię XX wieku”<sup>7</sup>, czyli rewolucję demokratyczną, która odbyła się w republikach postsowieckich. W tych narracjach, w których Putin działa jako protagonista, przypisywano mu wartości takie jak siła i autonomia. Jego działania określano jako bezkompromisowe. Putin protagonista, choć rzadko był tak traktowany, u polskiego narratora budzi jednak niepewność i wątpliwości: „Nie należy jednak nadmiernie ufać, zwłaszcza w przypadku Rosji, w potęgę rozumu i chłodnej kalkulacji. Ideologiczne motywy mocarstwowe są w jej polityce tak silne, że mogą przeważać nad wyrachowaniem i pchnąć Kreml do gry na podział Ukrainy”<sup>8</sup>. Rafał Woś w swoim artykule *Ekonomista zagląda do głowy Putina* stwierdza, że „próbujemy przecież zajrzeć do głowy władcy Kremla”<sup>9</sup>, sugerując, że działania Władimira Putina są trudne do przewidzenia, brak w nich racjonalności. Rosja z jednej strony jest ambitna, ale pod płaszczykiem racjonalizmu kryje się szaleństwo: Putin dla poczucia dumy narodowej ma w sobie zgodę na chaos.

6 Zob. W. Radziwinowicz, *Putin*, „Gazeta Wyborcza”, 8.03.2014; W. Radziwinowicz, *Dla Putina Krym jest jak NRD*, „Gazeta Wyborcza”, 19.03.2014; R. Woś, *Ekonomista zagląda do głowy Putina*, „Dziennik Gazeta Prawna”, 21.03.2014; T. Kisielewski, *Ryzykowna gra na podział*, „Rzeczpospolita”, 25.02.2014.

7 W. Radziwinowicz, *Putin*, „Gazeta Wyborcza”, 8.03.2014.

8 T. Kisielewski, *Ryzykowna gra na podział*, „Rzeczpospolita”, 25.02.2014.

9 R. Woś, *Ekonomista zagląda do głowy Putina*, „Dziennik Gazeta Prawna”, 21.03.2014.

### Putin racjonalny

W przypadkach, kiedy Rosja i Putin są ukazywani w świetle negatywnym (czyli gdy kontekst nie jest wewnątrzrosyjski, ale międzynarodowy), mogliśmy przeczytać o Rosji mającej duże aspiracje i Putinie, który jest świadomy potencjału zarządnego przezeń terytorium. Prezydent Rosji opisywany jest jako wyrachowany gracz na światowej scenie politycznej, budzący respekt i szacunek. Racjonalność Putina i jego działań pojawia się w kontekście próby wprowadzenia systemu federalnego na Ukrainie: „Moskwa zamierza narzucić Ukrainie system federalny, licząc, że zachowa swe wpływy na wschodzie kraju”<sup>10</sup>. Celem tych zabiegów jest zaspokojenie aspiracji elit zamieszkujących tę część Ukrainy, które mają swoje wpływy w Moskwie: „Federalizm prowadzi nie tylko do niezależności finansowej, ale, co ważniejsze, do zapewnienia obecnym elitom władzy we wschodnich regionach kraju”<sup>11</sup>. W narracjach, które obsadzają go w tej roli, Putin w swoich planach i działaniach liczy się z Zachodem i postępuje w sposób przemyślany, ponieważ potrzebuje Europy i Zachodu do realizacji dwóch strategicznych celów gospodarczych – zmonetyzowania swoich zasobów oraz dostarczania najnowszych technologii na teren jego kraju: „Rosja potrzebuje Europy nie tylko jako odbiorcy, ale musi importować z UE technologie”<sup>12</sup>.

Racjonalność Putina w narracjach w polskiej prasie dotyczy *planu zła* i roli *złego*. Putin jako antagonistista ma za przeciwnika Baracka Obamę; to Obamie i potędze Stanów Zjednoczonych zagraża rosyjski plan odzyskania dominacji na świecie, którego częścią jest rozszerzenie czy utrzymanie strefy wpływów w krajach dawnych republik radzieckich. Putin aspiruje do stworzenia Eurazji, która miałaby być opozycją Unii Europejskiej.

Zdarza się, że w artykułach silna i racjonalna Rosja mimo wszystko obawia się sankcji; wówczas ukazywana jest w roli groźnego starszego brata – obie strony uczestniczą w szantażu, który z jednej strony powstrzymuje Zachód od wprowadzenia ograniczeń dotyczących państwa Władimira Putina, z drugiej – stwarza Rosji racjonalne przesłanki do pole do dalszej ekspansji.

W każdej opowieści tego typu antagonistista ma swojego pomocnika na pierwszej linii, swoją marionetkę. W opowieściach o Putinie i Rosji dotyczących konfliktu na Ukrainie jako prawa ręka Rosji jawi się Wiktor Janukowycz. Postać byłego prezydenta Ukrainy występuje w kategorii *wsparcia* – to pomocnik Putina. Prezydent Rosji wykorzystuje jego pozycję do ochrony rosyjskich interesów na wschodzie Ukrainy. Publicyści kreują Janukowycza jako marionetkę w rękach rosyjskiego władcy<sup>13</sup>,

10 P. Jendroszczyk, *Scenariusz dla wschodniej Ukrainy*, „Rzeczpospolita”, 17.03.2014.

11 Ibidem.

12 B. Drewnowska, P. Mazurkiewicz, *Zapłacimy za ten kryzys*, „Rzeczpospolita”, 3.03.2014.

13 R. Szoszyn, *Na Ukrainę powraca widmo zbiegłego Janukowycza*, „Rzeczpospolita”, 11.03.2014.

zależną od jego decyzji, przekonań, sugestii. Tego typu przedstawienia Janukowycza ukazują Ukrainę jako państwo słabe, uzależnione od zewnętrznych sił, tracące swoją suwerenność – jako ofiarę. Putin konsekwentnie realizuje swoją politykę (destabilizuje Ukrainę) kosztem łamania porozumień międzynarodowych. Poprzez bezwzględne, ale przemyślane działania pokazuje jako postać w opowieściach swoją siłę i charakter. I takiego właśnie władcy oczekują Rosjanie – nie słabego, ulegającego Zachodowi, ale zdecydowanego i konsekwentnego.

W analizowanych tekstach publicystycznych sygnalizujących trudności, jakie pojawiają się podczas aneksji Krymu przez Rosję, wymieniano ukraińskie siły porządkowe, sytuację ekonomiczną, działania Banderowców, liczne strajki. Putin zawsze wychodził z tego obronną ręką, wyrażając nawet aprobatę dla przemocowych aktów: „Putin zapalił zielone światło radykalnym grupom separatystycznym. Cel jest jeden: podsycanie antysemickich, antyislamskich napięć wśród radykalnych ugrupowań i dokonanie ich rękoma krwawych prowokacji”<sup>14</sup>.

Władimir Putin i jego strategia przejęcia Krymu ma być niezwykle przemyślana, ponieważ wojna rozgrywa się na terenach, gdzie jeden mieszkaniec opowiada się za jedną stroną, natomiast jego sąsiad – za drugą. Tego typu podziały występują również na poziomie najmniejszych struktur społecznych – rodzin. Osią narracji w artykule Grzegorza Szymanika<sup>15</sup> jest konflikt mieszkańców miasta Bałakław. Narrator przedstawia ich podczas agresji rosyjskiej na ich miasto. Konflikt skupia się na historii poszczególnych bohaterów, którzy reprezentują całą lokalną społeczność. Jedni opowiadają się za Rosjanami, drudzy za pozostaniem w obrębie państwowości ukraińskiej. Dramatyzm historii leży w wewnętrznych podziałach w wieloetnicznych rodzinach. Jest to jednak coś, co Putin wykorzystuje, a nie bezpośrednio przyczyna separacji od Ukrainy.

Racjonalizm Putina jako postaci gracza ma przejawiać się w jego postępowaniu w kontekście tożsamości narodowej. Putin jest sprawcą podburzania tłumu do zmanipulowanej z punktu widzenia polskiej prasy walki o *wolność i prawa*: „W podobne tony uderzyła Rosja. Duma i resort spraw zagranicznych mówią o zagrożeniu praw i wolności Rosjan i ludności rosyjskojęzycznej na Ukrainie”<sup>16</sup>. Jawiąc się jako obrońca zachodnich wartości, w gruncie rzeczy chce przedstawić aneksje jako wynik wyznawania zachodnich wartości.

Wyrachowany, chłodno oceniający sytuację i prowadzący swą politykę imperiaлистyczną w sposób przemyślany – taki Władimir Putin funkcjonuje w narracjach przede wszystkim w mediach konserwatywnych, jednak nie można pominąć bar-

14 A. Jankowska, *Tatarzy nie chcą uciekać*, „Wprost”, 1.03.2014.

15 G. Szymanik, *Wiosenne porządki w Bałakławie*, „Gazeta Wyborcza”, 14.03.2014.

16 M. Czech, *Jeden naród, dwa języki – wschód i zachód Ukrainy są jednością*, „Gazeta Wyborcza”, 27.02.2014.

dziej liberalnych: tygodnika „Wprost” i dziennika „Gazeta Wyborcza”. W opozycji do rosyjskiego polityka znajduje się Zachód, który chciałby powstrzymać imperia-listyczne zapędy Putina. W tygodniku „Wprost” jako wsparcie dla przeciwników Putina wymieniano m.in. Polaków i Helsińską Fundację Praw Człowieka.

Co robi Zachód w prasowych opowieściach? Ten nieco zdezorientowany Zachód, który w latach 90. gwarantował granice Ukrainie za rezygnację z broni jądrowej, pozostaje w bezruchu albo generuje dyplomatyczny ruch werbalny. I w którym miejscu na tej planszy jest Polska?

### Narracje o Zachodzie

Na potrzeby tej analizy przyjmijmy, że Zachodem nazywane są tu podmioty (państwa, ale także większe struktury), które na mapie geograficznej położone są na zachód od Odry. Polska w opowieściach prasowych może być elementem Zachodu – np. kiedy mowa o Unii Europejskiej – natomiast w polskim dyskursie publicznym nie stanowi Zachodu samodzielnie, w przeciwieństwie do Francji, Niemiec, Wielkiej Brytanii czy Stanów Zjednoczonych<sup>17</sup> (np. Zachód bez Polski w tytule artykułu: *Tomasz Lis o podwójnych standardach i obłudzie Zachodu wobec Polski*<sup>18</sup>, ale już z Polską w lidzie artykułu *Warto pomagać Ukrainie: „Czy Zachód powinien udzielać wsparcia dyplomatycznego i ekonomicznego Ukrainie oraz czy zaangażowanie w sytuację na Wschodzie leży w polskim interesie?”*<sup>19</sup>; Polska często stanowi opozycję wobec Zachodu – albo w kontekście aspiracji, albo różnicy, kiedy jawi się jako państwo na granicy – i jest też Zachodem dla Ukrainy, ale nie kimś opiniotwórczym, a zwłaszcza decydującym jako Zachód<sup>20</sup>).

17 Co ciekawe, Michail Minakov przeprowadzając wywiady z uczestnikami Majdanu i Antymajdanu, wyróżnił podobną klasyfikację w relacji Zachód-Ukraina, w którym Polska jest miejscem granicznym, nieprzyporządkowanym: „The United States was viewed as a separate part of the West. Within Europe, interlocutors distinguished among four groups of countries: 1. „Our” postcommunist neighbors (in a tone combining notes of irony, contempt, and envy); 2. Western Europe – Germany, France, and Great Britain (in a neutral or respectful tone); 3. The crisis-ridden south – Italy, Greece, and Spain (regarded negatively, both as places “where we are not respected” and as countries that „are now in constant crisis”); and 4. Scandinavia, where “there is socialism” (real, good socialism and not „the kind that we had”; it is precisely here that interlocutors used the most positive turns of phrase). Za: M. Minakov, *Utopian Images of the West and Russia Among Supporters and Opponents of the Euromaidan*, „Russian Politics & Law”, vol. 53 issue 3, 2015, s. 68-85.

18 Tomasz Lis o podwójnych standardach i obłudzie Zachodu wobec Polski, <https://www.newsweek.pl/opinie/tomasz-lis-felieton-o-polityce-zachodu-wobec-rosji-newsweekpl/6shh8pz> [dostęp: 25 sierpnia 2017].

19 [https://www.ms.gov.pl/pl/p/odm\\_pl/siec\\_rodmi/wydarzenia\\_/warto\\_pomagac\\_ukrainie;jsessionid=EA2E7CD9C7DC319C355FF6E7CE6ECEAE.cmsap1p](https://www.ms.gov.pl/pl/p/odm_pl/siec_rodmi/wydarzenia_/warto_pomagac_ukrainie;jsessionid=EA2E7CD9C7DC319C355FF6E7CE6ECEAE.cmsap1p) [dostęp: 25 sierpnia 2018].

20 Por. T. Zarycki, *Uciemniona forpoczta Zachodu. Wiktyimizacja i okcydentalizacja we współczesnym polskim dyskursie regionalnym*, „Kultura i Społeczeństwo”, nr 2, 2005, s. 115-133; D. Skórczewski, *Polska skolonizowana, Polska zorientalizowana. Teoria postkolonialna wobec „innej Europy”*, „Porównania”, nr 6, 2009, s. 95-105.



Zachód w analizowanych tekstach publicystycznych najczęściej – 10 razy – występował jako podmiot stanowiący przeszkodę dla działań antagonisty (najczęściej Rosji). Jak zatem Zachód staje w obronie ustanowionego i akceptowanego przezeń porządku?

Zachód prezentowano na dwa sposoby: z jednej strony można było utwierdzić się w przekonaniu, że jego celem jest koncyliacja, z drugiej wręcz przeciwnie – że jest podmiotem agresywnym. Narracje o Zachodzie reprezentowały dwa typy dziennikarstwa, które relacjonowały konflikt. Na potrzeby tego tekstu określimy je jako *dziennikarstwo analityczne* i *dziennikarstwo paniczne*. Artykuły zaliczające się do typu analitycznego skupiały się m.in. na skutkach gospodarczych konfliktu – jakie będą konsekwencje agresji Rosji, czy Rosja jest w stanie pozwolić sobie na takie działania (pod groźbą sankcji), kiedy toczący spór się skończy i kto oraz co na nim zyska lub straci. Artykuły typu panicznego prezentowały narracje dotyczące rozbieżności ideowych między Wschodem a Zachodem – z jednej strony jest niezdecydowany, acz uzbrojony Zachód, z drugiej ofiara, która czeka na ratownika, nie mogąc sama sobie dać rady. Ramą dla jednej narracji są interesy, dla drugiej – ludzie. Jak działał Zachód i w jaką narrację prasa wpisywała te działania?

#### **Pozorna troska Zachodu – dobry Zachód**

„Zachód, który niesie pomoc, przejmuje się problemami ekonomicznymi, dąży do ustabilizowania sytuacji geopolitycznej świata” – to obraz „działającego” Zachodu w artykułach, w których rzeczywistość jest przedstawiana z perspektyw Zachodu: kiedy ma on wystąpić w roli ratownika, jako podmiot przeciwstawiający się działaniom antagonisty. Zachód może uczynić wiele ustępstw, aby tylko poprawić sytuację na Ukrainie, oczywiście wszystkie działania mają być przedyskutowane i ustalone wspólnie ze wszystkimi stronami konfliktu – o przekonywaniu Moskwy na drodze negocjacji pisze na przykład Piotr Milewski w artykule *Bić albo nie być*<sup>21</sup>. Zaangażowanie Zachodu ukazywane jest także w artykule Huberta Koziela: „trwa dyskusja, jakie sankcje wobec Rosji należy wprowadzić, by jak najmocniej to odczuła”<sup>22</sup>. Wśród podmiotów Zachodu, które przeciwstawiają się działaniom Rosji, wymieniane jest między innymi NATO. Pakt Północnoatlantycki ma powstrzymać Rosję od zdominowania świata i przejęcia wpływów w dawnych republikach radzieckich – reakcją sojuszu ma być budowa tarczy antyrakietowej na terenie Polski. To wszystko ma zrobić Zachód – co więc go powstrzymuje?

Otóż Zachód ma się jednak kogo obawiać – Putin szantażuje Unię Europejską i NATO, próbuje grozić dużym zachodnim strukturom. Zachód wstrzymuje się z reakcją, ponieważ przeraża go widmo totalnej wojny, ale także braku tanich do-

21 P. Milewski, *Bić albo nie być*, „Newsweek”, 16.03.2014.

22 H. Koziel, *Wstrząs dla Rosji, kłopot dla Unii*, „Rzeczpospolita”, 13.03.2014.

staw surowców z terenów rosyjskich, na których *de facto* opiera się przemysł zachodnich krajów. Wszyscy gracze konfliktu są więc w sytuacji patowej. Interes Ukrainy mieści się werbalnie w interesie Zachodu.

W narracjach o Zachodzie cechującym się troskliwą postawą ukazuje się brak jedności i determinacji w jego szeregach. Prowadzi się z Rosją równoległe zbyt wiele interesów, często sprzecznych ze sobą z punktu widzenia różnych zachodnich podmiotów, aby móc wypracować wspólny język podczas negocjacji z Moskwą i Kijowem.

I choć Unia Europejska rysuje Ukrainie mglisty horyzont wejścia w swoje struktury, choć angażuje się w Majdan i staje po stronie Kijowa, to ruchy wykonywane przez zachodnich polityków jawią się publicystom jako iluzja faktycznych działań. Tak naprawdę nie wiadomo, czy okazywana troska jest prawdziwa, czy to tylko jeden z wymiarów politycznych rozgrywek, które za chwilę odejdą w niepamięć, a Ukraina wciąż pozostanie z wymiernym problemem. Jako jeden z przykładów takich działań dyplomatycznych podaje się zawarcie umowy stowarzyszeniowej pomiędzy Unią Europejską a Ukrainą.

### **Silny, ale z własnymi problemami**

Zachód widziany z dystansu, jako antagonistą Rosji, to bohater dążący do zmiany jej władzy – nie chce dopuścić do dalszych poczynań Putina, które mają na celu odbudowę potęgi rosyjskiej z czasów Związku Radzieckiego. Działa więc zaczepnie, wprowadza sankcje, ale w sposób niezdecydowany. Przyczyną markowania ruchów mogą być wewnętrzne problemy Zachodu: „Ameryka jest osłabiona i mało zainteresowana Europą, a Unia nie mówi jednym głosem”<sup>23</sup>. Przy takich kłopotach trudno oczekiwać obrazu Zachodu jako walecznego, mężnego i prestiżowego bloku, który swoją potęgą ureguluje wszelkie stosunki międzynarodowe.

Obawa przed konsekwencjami – totalną wojną, problemami gospodarczymi – jest zbyt duża, dlatego Zachód co najwyżej odwołuje się do prawa międzynarodowego i politycznych gestów, jak nieuznanie wyników referendum na Krymie.

Zachód jest rozproszony i niekonsekwentny w swoich działaniach. Z jednej strony chciałby nałożyć sankcje na Rosję, z drugiej obawia się konsekwencji, które może to przynieść. Ten sposób postępowania obrazuje Zachód jako bohatera tragicznego. Znajduje się on w sytuacji, w której każde posunięcie zdradzi jego słabości – m.in. rozszczępienie ideowe, niespójne interesy. Zachodowi próbują pomagać i motywować go ukraińscy działacze, którzy zorganizowali Majdan. To oni naciskają na Zachód, aby zdecydował się na jakąkolwiek interwencję i włączył się w rozmowy na temat uwolnienia Ukrainy od rosyjskich wpływów, jednakże okazuje się, że nie każdemu zachodniemu podmiotowi zależy na odsunięciu Rosji od wpływów na Ukrainie. Zachód jest w sytuacji patowej. Nie zrobi nic albo niewiele i nie wiadomo

23 R. Woś, *Ekonomista zagłada...*

kiedy. Jak w tym wszystkim w dyskursie prasowym jawi się Ukraina jako bohater narracji, ze świeżą pamięcią o zwycięskim Majdanie?

### Narracje o Ukrainie

Ukraina w analizowanych artykułach publicystycznych pojawia się dwojako: jako państwo i jako podzielone społeczeństwo; w społeczeństwie działają zewnętrzne wobec niego siły oligarchów wraz z Janukowyczem. W kontekście podzielonego społeczeństwa z jednej strony czytamy o prorosyjskich mieszkańcach wschodniej Ukrainy czy Krymu, z drugiej – prezentowany jest Majdan jako wyraz całości społeczeństwa. I to Majdan jest w narracjach uprawomocniony.

Wiktor Janukowycz jest postacią prezentowaną w sposób jednoznaczny – silny, ale uzależniony od Putina oraz ukraińskich oligarchów, którzy nie chcieli utracić swoich wpływów. Rusłan Szoszyn w artykule *Na Ukrainę powraca widmo zbiegłego Janukowycza*<sup>24</sup> pisze: „Zadeklarował wtedy, że pozostaje jedynym prawidłowym prezydentem Ukrainy, wybranym w demokratycznych wyborach. Oświadczył, że nie uzna planowanych na 25 maja wyborów prezydenckich”<sup>25</sup>. Pokazuje to byłego prezydenta jako zdeterminowanego, przekonanego o swojej racji i bezkompromisowego w dążeniu do pacyfikacji społecznego buntu. Podkreśla to także Andrzej Grajewski w artykule *Gorzkie zwycięstwo*:

Wystąpienie w telewizji publicznej ministra spraw wewnętrznych Witalija Zacharczenki w mundurze, który obwieścił, że siły porządkowe przystąpiły do realizacji operacji antyterrorystycznej, otrzymały ostrą amunicję i mają prawo używać broni, wszyscy odebrali jako nieformalne wprowadzenie stanu wojennego. Tym bardziej że Służba Bezpieczeństwa Ukrainy poinformowała o wszczęciu śledztwa w sprawie działań „niektórych polityków, a prezydent Janukowycz oskarżył przywódców opozycji, że wyprowadzili ludzi na ulice, by bez mandatu od narodu i z naruszeniem konstytucji przejąć władzę”<sup>26</sup>.

Timothy Snyder wypomina błędy Janukowycza: „Nie tylko chciał być prezydentem, lecz i naczelnym oligarchą”<sup>27</sup>. Janukowycz w opowieściach prasowych oddzielany jest i od społeczeństwa, i od państwa: dla eksprezydenta Ukrainy celu nie stanowiła kondycja kraju, ale dbałość o własne, prywatne interesy.

Ukrainę, obrazowaną z perspektywy ukraińskiego społeczeństwa, prezentuje się jako osłabioną, szukającą pomocy u silniejszego Zachodu, pragnącą wyzwolić się z silnego uścisku Rosji, który ją rozrywa na pół. Wsparcia szuka w Zachodzie; tymczasem Rosja nie chce stracić wpływów przede wszystkim na wschodzie Ukrainy.

24 R. Szoszyn, *Na Ukrainę powraca...*

25 Ibidem.

26 A. Grajewski, *Gorzkie zwycięstwo*, „Gość Niedzielny”, 2.03.2014.

27 T. Snyder, *W oparach propagandy*, „Tygodnik Powszechny”, 9.03.2014.

Inna narracja pojawia się w kontekście rozumienia Ukrainy jako państwa zarządzanego przez Wiktora Janukowycza. Wówczas mamy do czynienia z silnym, bezwzględny aparatem władzy, który w kooperacji z Rosją utrzyma obecną sytuację, czyli kraj zależny od decyzji oligarchów i ich interesów. Na taki stan nie powinien pozwolić Zachód, ale jednak obawia się on nieprzewidywalnych działań Putina.

Ukraina ma zatem problem i w pewnym sensie stanowi ziemię niczyją między Rosją a Zachodem. Sprawa krymska jest w tych opowieściach manifestacją działania Rosji, trochę komunikatem, który sprawia, że odczuwamy napięcie wobec ewentualności zbliżającej się fali.

### **Dyskusja: narracje w poczuciu zagrożenia**

Działania polityczne i militarne Rosji wobec Ukrainy są w Polsce widziane jako zagrożenie<sup>28</sup>. W obecności zagrożenia ludzie wykazują pozytywny stosunek wobec tych, którzy podzielają ich wartości kulturowe i wyraźniej odczuwają przynależność do wspólnoty<sup>29</sup>. Repozytorium takich wartości są narracje mocno osadzone w tradycji i kulturze: opowieści zarówno z „narodowo” opowiadanej historii, jak i tworzące repozytorium sztuki narodowej. Analizując kontekst narracji o konflikcie krymskim, niejako punkt wyjścia dla późniejszych wydarzeń, zobaczymy w jakim obrazie emocjonalnym Rosji były one zanurzone. Odczuwane emocje zagrożenia wpiswane są w całościowe schematy narracyjne, które zawężają liczbę ewentualnych perspektyw czy punktów widzenia. Oczywiście narracja prasowa nigdy nie będzie obiektywna, z drugiej jednak strony relacja dziennikarska może być bezstronna przez prezentowanie różnych perspektyw, punktów widzenia lub dodawanie faktów, które rozbijają czarno-białe widzenie rzeczywistości.

Jako kontekst przedstawimy pokrótce tło konfliktu krymskiego w 2014 roku i zaangażowane weń podmioty, aby porównać, na których koncentruje się uwaga w polskiej prasie. Następnie zarysujemy stosunek, jaki do Rosji mieli Polacy przed konfliktem krymskim. Wreszcie opiszemy rolę tych emocji w narracjach o konflikcie.

Zacznijmy od dość skomplikowanej sprawy, jaką jest narracyjny węzeł krymski, który Rosja próbowała przeciąć jego aneksją.

#### **Kontekst krymski – zarys**

Konflikt związany z Krymem w 2014 roku w polskich mediach rozpatrywany był głównie w kontekście integralności terytorialnej Ukrainy, którą miały gwaran-

28 *Polska-Rosja. Diagnoza społeczna 2013*, Centrum Polsko-Rosyjskiego Dialogu i Porozumienia, Warszawa 2013, [http://www.cprdip.pl/assets/media/Wydawnictwa/Raporty/Polska\\_Rosja\\_Diagnoza\\_spooleczna\\_2013.pdf](http://www.cprdip.pl/assets/media/Wydawnictwa/Raporty/Polska_Rosja_Diagnoza_spooleczna_2013.pdf) [dostęp: 10 kwietnia 2017].

29 A. Rosenblat, J. Greenberg, S. Solomon, T. Pyszczynski, D. Lyon, *Evidence for Terror Management Theory: I. The Effects of Mortality Salient on Reactions to Those who Violate or Upholds Cultural Values*, „Journal of Personality and Social Psychology”, nr 57, 1989, s. 681-690.

tować Rosja, USA, Wielka Brytania i Francja. Dla późniejszych wniosków z analizy prasowych narracji warto zarysować pokrótce historyczne tło przynależności kulturowej samego półwyspu. Na ziemiach zdobytych w wojnach z Turcją w XVIII wieku Imperium Rosyjskie utworzyło tzw. Noworosję, w skład której wchodził też Chanat Krymski, wcześniej zależne od Turcji państwo zamieszkane przez Tatarów. Stopniowo liczba Tatarów malała w stosunku do nowo przybyłych Rosjan. Władze radzieckie w 1921 roku włączyły ziemie Noworosji do Ukraińskiej Socjalistycznej Republiki Radzieckiej, pozostawiając sam Krym w ramach Rosyjskiej Republiki Radzieckiej i tworząc na półwyspie Krymską Autonomiczną Republikę Radziecką. W 1954 roku Chruszczow (pochodzący z Ukrainy) przyłączył obwód krymski do Ukrainy. W 1991 roku, jeszcze w ramach ZSRR, Krym ponownie uzyskał status republiki autonomicznej, jednak nieuznawanej przez Ukraińską SRR. Kiedy Ukraina ogłosiła niepodległość, administracja Krymu zorganizowała referendum – dzięki przewadze rosyjskiej ludności zadeklarowano niezawisłość od Ukrainy. Jednak w wyniku zawilości dyplomatycznych półwysep pozostał częścią Ukrainy, funkcjonując od 1994 roku jako Republika Autonomiczna Krymu, w której na początku XXI wieku 58,32% mieszkańców stanowili Rosjanie, 24% Ukraińcy, a 12% Tatarzy Krymscy<sup>30</sup>. Ta sytuacja narodowościowa jest zresztą bardziej skomplikowana, bo przynależność mogła być w tych rejonach mieszana. Na Krymie znajdowała się wojskowa baza rosyjskiej marynarki wojennej. Kiedy po 20 latach prorosyjskiej polityki, w wyniku kryzysu na Ukrainie obalony został prorosyjski prezydent Janukowycz, Rosja postanowiła „międko” przejąć strategiczne obszary. Połączone zgromadzenie radnych Rady Najwyższej Republiki Autonomicznej Krymu i Rady Miejskiej Sewastopola przyjęło deklarację niepodległości Republiki Krymu (18-21 marca 2014 roku), powołując się na przypadek Kosowa i wyrok z 22 lipca 2010, w którym Międzynarodowy Trybunał Sprawiedliwości uznał, że jednostronna deklaracja niepodległości Kosowa nie narusza prawa międzynarodowego. Następnie terytorium „przyłączyło” się do Rosji po zorganizowanym w tej kwestii referendum. Samo referendum było rosyjską inscenizacją, do której nie dopuszczono przedstawicieli OBWE; niektóre głosowania odbywały się pod groźbą broni, zastraszano zwolenników Ukrainy, nie było możliwości głosowania tam, gdzie dominowali przeciwnicy przyłączenia do Rosji. Komitet Monitorujący Zgromadzenia Parlamentarnego Rady Europy ocenił frekwencję na nie więcej niż 40%, a według oficjalnych danych rosyjskich (ujawnionych przypadkowo) w referendum wzięło udział około 30% mieszkańców Krymu, z których za przyłączeniem opowiedziało się 50%<sup>31</sup>.

30 *All Ukrainian Population census 2001*, <http://2001.ukrcensus.gov.ua/eng/results/general/nationality/Crimea/> [dostęp: 11 października 2022].

31 *Wpadka Rosjan. Przypadkiem podali prawdziwe wyniki referendum na Krymie*, <https://www.newsweek.pl/swiat/prawdziwe-wyniki-referendum-na-krymie-wpadka-rosjan-newsweekpl/84xl53q> [dostęp: 10 czerwca 2020].

Na zgromadzeniu ONZ przyjęła rezolucję potępiającą aneksję półwyspu przez Rosję: sto państw uznało referendum krymskie za nielegalne, 11 było przeciw, 58 wstrzymało się od głosu<sup>32</sup>.

Można zadać prowokacyjne pytanie, czy kwestia ludności rosyjskiej na Krymie w ogóle była jako „łyżka dziegciu” wspominana w polskiej prasie? I czy abstrahując od polityki przemocy Rosji, wadliwości prawnej i przemocy zastosowanej podczas referendum na Krymie<sup>33</sup>, istniała jakaś prasowa narracja, która by nie wykluczała sprawy ewentualnego samookreślenia się ludności półwyspu? Wydaje się, że taka narracja nie mogła już pojawić się w tamtym pierwszym kroku, po którym przyszła wojna w Donbasie, a w końcu atak na całą Ukrainę. Zaczniemy od tego, jakie emocje wobec Rosji żywiło ówczesne polskie społeczeństwo.

### Stosunek Polaków do Rosji i emocje z nim związane

Narracje w polskiej prasie, zwłaszcza narracje w publicystyce, są wypadkową opinii ekspertów międzynarodowych oraz istniejącego w Polsce, także wśród publicystów, stosunku do Rosjan; wydaje się jednak, że wraz ze wzrostem poczucia zagrożenia eksperckość stanowiła słabszy czynnik generujący wielość perspektyw (bezsronność) niż efekt mobilizacji wynikający z tożsamości i więzów z własną grupą.

Jak w przededniu konfliktu przejawiał się rozkład postawy Polaków wobec Rosjan<sup>34</sup>? Autorzy raportu „Polska-Rosja. Diagnoza Społeczna 2013” wskazywali, że „obraz Rosji jest w opinii Polaków zdecydowanie negatywny: jest to państwo po-

---

32 *Zgromadzenie Ogólne ONZ potępia aneksję Krymu. Przeciw m.in. Korea Północna i Syria*, <http://www.tvn24.pl/wiadomosci-ze-swiata,2/zgromadzenie-ogolne-onz-potepia-aneksje-krymu-przeciw-m-in-korea-polnocna-i-syria,412302.html> [dostęp: 11 października 2022]. Należy zauważyć, że państwa przeciwnie rezolucji to sojusznicy i bliscy współpracownicy rządu w Moskwie. 11 przeciwnych rezolucji państw to: Armenia, Białoruś, Boliwia, Korea Północna, Kuba, Nikaragua, Rosja, Sudan, Syria, Wenezuela i Zimbabwe. Przedstawiciele Iranu i Tadżykistanu nie pojawili się na głosowaniu. Od głosu wstrzymała się m.in.: Afganistan, Chiny, Indie, Irak, Kazachstan, Pakistan i Uzbekistan. Można więc powiedzieć, że głosowanie nie dotyczyło ludności krymskiej, ale było wyrazem poparcia dla Ukrainy bądź Rosji.

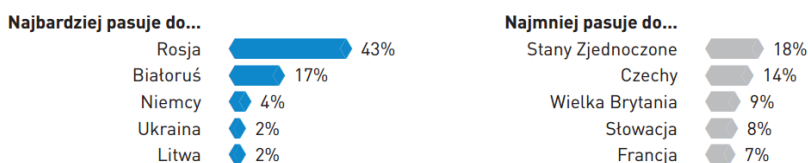
33 W doniesieniach amerykańskich dotyczących konfliktu rosyjska ludność Krymu w ogóle nie była wspominana, np.: „Referendum, które ma być rozpisane na Krymie w sprawie przyłączenia półwyspu do Rosji, jest całkowicie nielegalne i niezgodne z ukraińską konstytucją – oceniła rzeczniczka Departamentu Stanu USA Jennifer Psaki. – Celem sankcji przeciwko Rosji jest poniesienie przez nią kosztów za działania na Ukrainie – oświadczył prezydent Barack Obama. Wyraził przekonanie, że społeczność międzynarodowa wspólnie czyni postępy, jeśli chodzi o przyjsie Ukrainie z pomocą i sprzeciwi się działaniom Rosji.” Por. *Wojna o Krym. UE i USA po stronie Ukrainy [relacja]*, <http://www.polskieradio.pl/5/3/Artykul/1068460,06032014-Wojna-o-Krym-UE-i-USA-po-stronie-Ukrainy-relacja> [dostęp 10 kwietnia 2017].

34 Dane z sondażu na próbie 1036 dorosłych Polaków zrealizowanego w grudniu 2012 przez Centrum Badania Opinii Społecznej (CBOS). Próba została dobrana w sposób losowy i odzwierciedla populację pod względem następujących cech: płeć, wiek, wykształcenie, wielkość miejscowości oraz województwo zamieszkania. Raport dostępny na: [http://www.cprdipl.pl/assets/media/Wydawnictwa/Raporty/Polska\\_Rosja\\_Diagnoza\\_spoleczna\\_2013.pdf](http://www.cprdipl.pl/assets/media/Wydawnictwa/Raporty/Polska_Rosja_Diagnoza_spoleczna_2013.pdf) [dostęp: 10 kwietnia 2017].

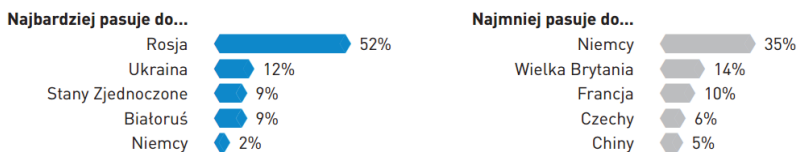
strzegane jako nieprzyjazne Polsce, niebudzące zaufania, rządzone autorytarnie, a jednocześnie źle zorganizowane i niesprawne, pełne kontrastów i patologii”. To dla Polaków najbardziej wrogi sąsiad, niechęący szczerze wyjaśnić katastrofy smoleńskiej. 1/3 Polaków była zdania, że po katastrofie lotniczej w 2010 r. Rosja zachowuje się w porządku wobec Polski; przy tym w Polsce wzrastała w tym czasie liczba zwolenników teorii zamachu w samolocie prezydenckim.

Wykres 1. Poczucie nieprzyjazności i postrzeganie patologii w Rosji – nieprzyjemne zamiary łączą się z ogólnymi złymi cechami kraju

**Wykres 5a. Opinie na temat krajów: Kraj ten ma wobec Polski nieprzyjazne zamiary**



**Wykres 2. Opinie Polaków na temat krajów: W tym kraju jest wiele różnych patologii (przestępczość, alkoholizm, korupcja)**



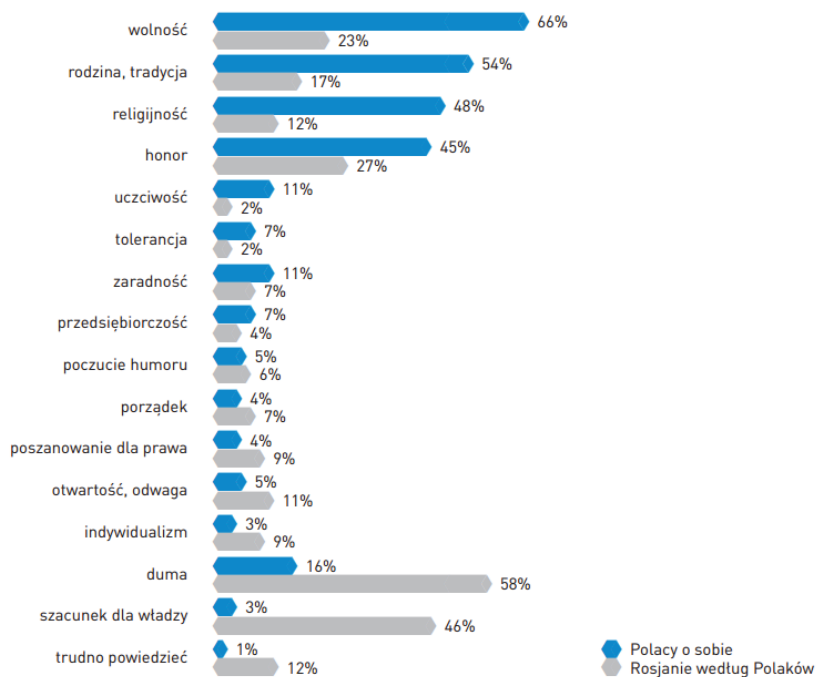
Źródło: Polska-Rosja. Diagnoza Społeczna 2013

Obszar skojarzeń i asocjacji z Rosją wypełniają albo symbole i zdarzenia z przeszłości (Katyń, wojna, dominacja radziecka), albo ogólne kategorie opisu zjawisk politycznych i społecznych (autorytaryzm, brak swobód, korupcja, oligarchia), ewentualnie nazwiska rosyjskich przywódców. Ze współczesnym rosyjskim społeczeństwem respondentom badania kojarzyły się negatywne zjawiska i patologie społeczne: problem bardzo dużego rozwarstwienia rosyjskiego społeczeństwa oraz ubóstwa, w jakim żyje duża część Rosjan, alkohol i alkoholizm oraz przestępczość i korupcja. Te skojarzenia są spójne z obrazem Rosji widocznym w odpowiedziach na inne pytania sondażu. W opinii Polaków o Rosji (i Rosjan o Polsce) zaznacza się ciekawe wzajemne przypisywanie własnych antywartości. Polacy postrzegają Rosjan

jako lojalnych wobec każdej władzy, jakakolwiek by ona nie była, a sobie przypisują zamiłowanie do wolności, wartości rodzinnych, tradycji.

Wykres 2A. Wartości własne i antywartości w opinii Polaków i Rosjan

**Wykres 9a. Wartości ważne dla Polaków i – ich zdaniem – dla Rosjan**

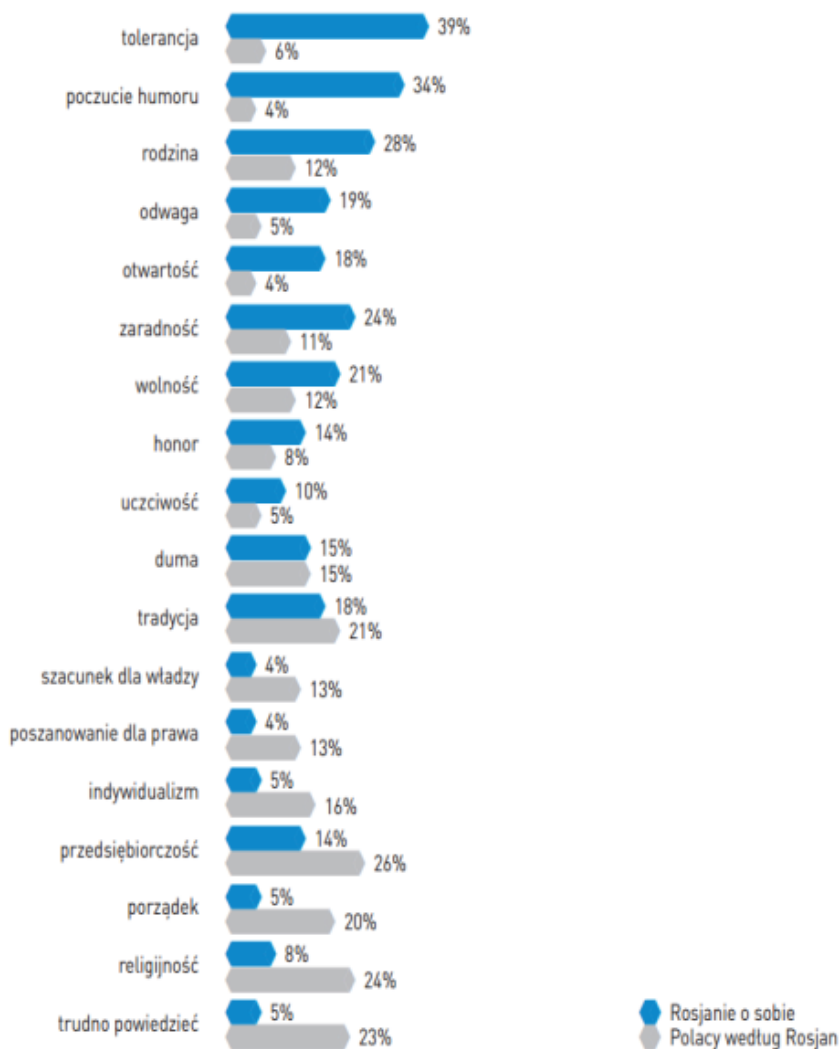


Źródło: Polska-Rosja. Diagnoza Społeczna 2013



Wykres 2B. Wartości własne i antywartości w opinii Polaków i Rosjan

Wykres 9b. Wartości ważne dla Rosjan i – ich zdaniem – dla Polaków



Źródło: Polska-Rosja. Diagnoza Społeczna 2013

Dochodzące z mediów informacje o represjach wobec opozycji, „przykręcaniu śruby” przez władze utwierdzają kraje zachodnie w przekonaniu, że Rosja rozwija się w kierunku antyeuropejskim i antydemokratycznym, nie jest atrakcyjnym miejscem podróży ani źródłem kultury popularnej: 11% Polaków deklaruje, że kiedykolwiek odwiedziło Rosję, a rosyjskie marki są w Polsce nieznane<sup>35</sup>. Jednocześnie, jak wynika

<sup>35</sup> Rosjanie przynajmniej w badaniach, że wiedzę o Polsce czerpią głównie z rosyjskich mediów państwowych

z sondażu przeprowadzonego w LBM na Uniwersytecie Warszawskim,  $\frac{2}{3}$  Polaków sądzi, że to Rosja jest odpowiedzialna za konflikt w Ukrainie. Rozwój konfliktu budził poczucie zagrożenia<sup>36</sup>.

### Rola emocji w narracjach o konflikcie

O poczuciu zagrożenia mówił raport CBOS<sup>37</sup> pt. „Polacy o sytuacji na Ukrainie w czasie krymskiego kryzysu” z marca 2014 roku<sup>38</sup>. Jak wynika z raportu, **zainteresowanie** wydarzeniami u naszego wschodniego sąsiada było niemal powszechne (88%) i właściwie niezależne od cech społeczno-demograficznych ankietowanych osób. Jeszcze w lutym 2014 r. zaledwie co czwarty badany (29%) był przekonany, że rozwój wypadków za naszą wschodnią granicą miał znaczenie dla naszego kraju, jednak w marcu już zdecydowana większość badanych (82%) twierdziła, że rozwój wypadków na Ukrainie ma duże znaczenie dla Polski.

Podobnie wzrosło **poczucie zagrożenia**: w lutym 2014 roku 30% badanych uważało, że wydarzenia za naszą wschodnią granicą zagrażają Polsce, ale większość nie obawiała się wpływu tych wydarzeń na polskie bezpieczeństwo. Natomiast w marcu już 72% respondentów wyrażało swoje obawy, a co czwarty (28%) – w sposób zdecydowany. 40% badanych twierdziło, że w obecnej sytuacji nowy rząd Ukrainy powinien otrzymać pomoc militarną, a tylko co siódmy badany (13%) uważał, że społeczność międzynarodowa powinna pozwolić na oderwanie Krymu od Ukrainy. Oderwaniu Krymu sprzeciwiało się dwie trzecie Polaków (65%), wśród nich zwłaszcza najmłodszy badani (76%) oraz mieszkańcy największych miast (73%).

Potencjalne zaangażowanie Polski funkcjonowało na poziomie państwowym i na poziomie zwykłych ludzi. Na przykład w doniesieniu z 1 marca 2014 roku *KRYM. Komorowski zapewnia: Polska będzie wspierać Ukrainę* „Super Express” pisał:

1 marca prezydent Bronisław Komorowski zapewnił p.o. prezydenta Ukrainy Ołeksandra Turczynowa „o polskim wsparciu i solidarności z Ukrainą w obliczu rosnącej presji rosyjskiej

---

(przede wszystkim kontrolowanych przez Kreml telewizji, w mniejszym stopniu z internetu). Rosyjskie media mówią o Polsce głównie w przypadku konfliktów, zadrażnień i nieporozumień.

36 K. Brylska, T. Gackowski, M. Łączyński, M. Patera, *Polacy o konflikcie na Ukrainie – sondaż LBM UW*, Laboratorium Badań Medioznawczych UW, Warszawa 2017, <http://www.lbm.uw.edu.pl/attachments/article/123/Polacy%20o%20konflikcie%20na%20Ukrainie%20-%20sonda%20C5%BC%20LBM%20UW.pdf> [dostęp: 10 kwietnia 2017].

37 *Komunikat z badań CBOS. Polacy o sytuacji na Ukrainie w czasie krymskiego kryzysu*, oprac. K. Kowalczyk, Fundacja Centrum Badania Opinii Społecznej, Warszawa 2014, [http://www.cbos.pl/SPISKOM.POL/2014/K\\_035\\_14.PDF](http://www.cbos.pl/SPISKOM.POL/2014/K_035_14.PDF) [dostęp: 10 kwietnia 2017].

38 Badanie „Aktualne problemy i wydarzenia” (nr 286) przeprowadzono metodą wywiadów bezpośrednich (face-to-face) wspomaganymi komputerowo (CAPI) w dniach 6–12 marca 2014 roku na liczącej 1098 osób reprezentatywnej próbie losowej dorosłych mieszkańców Polski.

na Krymie”. Komorowski rozmawiał z Turczynowem telefonicznie. Wyraził „jednoznaczne wsparcie dla ukraińskich starań o utrzymanie integralności terytorialnej”.<sup>39</sup>

Zwykli odbiorcy mediów mogli napotkać kilka dni później (5.03.2014) takie doniesienia:

Matko, jeśli wybuchnie wojna, czy zabiorą Ci syna do wojska, by walczył z wrogiem? Każda kobieta, jak na prawdziwą matkę Polkę przystało, drży w obawie przed powołaniem swojego syna czy męża do wojska! A jeśli konflikt między Rosją i Ukrainą o Krym przerodzi się w wojnę, wtedy tysiące synów polskiej ziemi zostanie wezwanych do wojska, by chwycić za broń i ruszyć w bój z wrogiem.<sup>40</sup>

Tego typu treści były w większości polskich mediów, przy czym warto zaznaczyć, że większość Polaków – niemal trzy czwarte populacji – czerpie informacje głównie z programów telewizyjnych, ale też duża część, zwłaszcza młodych odbiorców, nie ufała mediom w kwestii relacjonowaniu tego konfliktu<sup>41</sup>.

Tłem dla analizy narracji prasowych są trzy kwestie:

1. powszechny obraz Rosji jako agenta antywartości,
2. informacje medialne o walkach z ofiarami śmiertelnymi,
3. poczucie zagrożenia wśród odbiorców.

Narracje o konflikcie krymskim w polskiej prasie dotyczyły skonfliktowanych państw – Rosji oraz Ukrainy i krajów wyrażających dla niej wsparcie. Natomiast propagandowe narracje Rosji dotyczyły właśnie rzekomych praw ludności rosyjskiej i jej „wyzwalania”, które najpierw miało dotyczyć Krymu, następnie Donbasu, a wkrótce i całej Ukrainy, której ludność miała być „opanowana przez zachodnie siły”. Na takim tle jakakolwiek zdystansowana opowieść o Krymie w kontekście jego składu narodowościowego czy autonomii półwyspu nie była chyba możliwa. A jednak – rzadko, ale pojawiały się narracje w prasie polskiej, kiedy to społeczeństwo regionu

39 *KRYM. Komorowski zapewnia: Polska będzie wspierać Ukrainę*, [http://www.se.pl/wiadomosci/polska/krym-komorowski-zapewnia-polska-bedzie-wspierac-ukraine-i-sie-z-nia-solidarozowac\\_383849.html](http://www.se.pl/wiadomosci/polska/krym-komorowski-zapewnia-polska-bedzie-wspierac-ukraine-i-sie-z-nia-solidarozowac_383849.html) [dostęp: 22 października 2022]

40 K. Szewczyk, *Matko, jeśli wybuchnie wojna czy zabiorą Ci syna do wojska, by walczył z wrogiem?*, [http://www.se.pl/wiadomosci/polska/matko-jesli-wybuchnie-wojna-czy-zabiora-ci-syna-do-wojska-by-wlczyl-z-wrogiem\\_384396.html](http://www.se.pl/wiadomosci/polska/matko-jesli-wybuchnie-wojna-czy-zabiora-ci-syna-do-wojska-by-wlczyl-z-wrogiem_384396.html) [dostęp: 22 października 2022].

41 Badanie przeprowadzone zostało przez TNS Polska w dniach 4-9 marca 2016 roku na ogólnopolskiej, reprezentatywnej próbie 1011 osób w wieku powyżej 15 lat. Technika zastosowaną w badaniu były wywiady bezpośrednie wspomagane komputerowo (CAPI). Jak wynika z sondażu, głównym źródłem wiadomości ze świata jest telewizja (71%), a portale internetowe były najważniejszym źródłem informacji w 2015 roku dla jednej trzeciej mieszkańców Polski; ich rola jest znacząco większa w grupie młodych ludzi, od 15 do 39 lat, z istotną rolą serwisów społecznościowych (10%). Kolejne miejsca jako źródła informacji zajmują: rodzina, przyjaciele i znajomi (24%), radio (16%) i na końcu prasa papierowa (15%). Przy czym 41% Polaków uważało, że media w sposób niewiarygodny relacjonują konflikt na Ukrainie, z kolei 31,25% uważało odwrotnie (*Polacy o konflikcie na Ukrainie...*). Dane dotyczące owej niewiarygodności rozkładają się na osi wiek – duże miasta, co może wskazywać właśnie na brak zaufania do mediów tradycyjnych wśród młodych z dużych miast i duże zaufanie, zwłaszcza do telewizji, osób starszych z mniejszych ośrodków.

było bezpośrednim bohaterem i narratorem wydarzeń na Krymie. Tematyzowana była wówczas przynależność do mniejszości etnicznych, religijnych czy kulturowych. Narracyjni *MY* to na przykład mieszkańcy Krymu<sup>42</sup> czy Tatarzy<sup>43</sup>. Przeciwno sobie mają nie tylko Rosję, ukraiński rząd, krymskie elity, ale także Zachód. Region w relacjonowanych w prasie opiniach członków lokalnych wspólnot był traktowany jak przedmiot wykorzystywany w wielkiej grze o wpływy. Struktura retoryczna wykorzystywana w opisach konfliktu na Ukrainie wyraża się w przeciwstawieniu bohaterów z *orbis interior* i *orbis exterior*. Zwyczajni ludzie obarczają winą za konflikt postacie z przestrzeni zewnętrznej, znanej im z doniesień medialnych. W relacjach prasowych ludzie nie zagłębiają się w analizowanie sytuacji geopolitycznej świata; warstwa polityki przeciwstawiona jest warstwie codzienności – w artykułach prezentowane są ich zwyczajne, powszednie problemy, z którymi muszą sobie poradzić. Pojęcie potencjalnego samostanowienia nie jest w tych opowieściach nie pojawia się w ogóle jako kategoria opisu.

Ta kategoria przyznawana jest jedynie wydarzeniom na Majdanie. Po walkach na głównym placu w Kijowie Zachód przestał uznawać legitymację do władzy Janukowycza, który dążył do zbliżenia z Rosją. Tymczasem Rosja w swoich propagandowych narracjach opowiada te wydarzenia właśnie jako wystąpienie przeciw „prawowitej władzy”, co stało się dla niej pretekstem do kolejnych aktów przemocy, lansując tezę, że Zachód popiera prawa społeczne wyrażone przez Majdan, ale nie popiera praw wyrażonych „legalnie” przez zgromadzenie ludowe na Krymie. Rosja odwraca więc narracje Zachodu i próbuje uzasadniać swoje działania, zaprzęgając do swej retoryki zachodnie wartości.

Ukraina nie była opisywana przez publicystów jako państwo, które może sobie poradzić z Rosją. Publicyści wręcz sugerowali podjęcie zachodniej interwencji na ukraińskich terenach w reakcji na ingerencję podjętą przez Rosję i jej „zielone ludziki”.

Emocje w narracjach o konflikcie wiązały się z opowieściami pisanymi w poczuciu zagrożenia wojną, która miała nadejść po ośmiu latach. Poczucie zagrożenia uruchomiło narracje, w których Rosja występuje jako typowy bohater polskich opowieści z narodowego residuum, co nie pozwala dywagować na temat perspektywy prorosyjskich mieszkańców Krymu czy wschodniej Ukrainy. Takie narracje, w których bohaterami są państwa, silniej budują poczucie wspólnoty, a sfera publiczna staje się w mniejszym stopniu podzielona. Jednak jest problem w poczuciu wpływu i siły – w analizowanym materiale narracyjnym nie ma aktywnej roli Polski.

---

42 Zob. G. Szymanik, *Krym. Święto i przekleństwo*, „Gazeta Wyborcza”, 15.03.2014; T. Piechal, *Moskwa pokazuje na co ją stać*, „Rzeczpospolita”, 1.03.2014; G. Szymanik, *Wiosenne porządki w Białaklawie*, „Gazeta Wyborcza”, 14.03.2014.

43 Zob. A. Jankowska, *Tatarzy*, „Wprost”, 16.03.2014.

## Podsumowanie

To nie Polska może coś zdziałać w obliczu inwazji na Krym – rzecz dzieje się raczej między wielkimi: rzutką, acz podstępą Rosją i niezdecydowanym, gnuśnym Zachodem, którego Polska nie reprezentuje<sup>44</sup>. Narracje o konflikcie sprzyjają integralności Ukrainy, a sposoby podejmowania decyzji przez Zachód przedstawiane są jako wahania wynikające z nieudolności proceduralnej lub z wyrachowanych interesów – i oceniane są ambiwalentnie.

Analizowany materiał pozwolił wyodrębnić kilka ujęć zarówno Rosji, jej przywódcy, jak i zwłaszcza krytycznych ujęć Zachodu, z marginalną rolą Polski. Ów dystans do wszystkich głównych (oprócz Ukrainy) bohaterów opowieści nie wskazuje na problem zamknięcia się w jednej narracji, nie można więc powiedzieć, że dyskusja była ograniczona lub że nie nosiła znamion bezstronności.

Warto jednak zauważyć, że konflikt o Krym A.D. 2014, w kontekście pozytywnych wydarzeń na Majdanie i jego zwycięstwa nad prorosyjskim Janukowyczem, nie był jeszcze postrzegany w Polsce jako tak wysokie zagrożenie, jak w późniejszym czasie próby oderwania wschodniej części Ukrainy. Były przypuszczenia, ale nikt jeszcze nie wiedział, że to dopiero zapowiedź dramatycznych wypadków.

## Bibliografia

*All Ukrainian Population census 2001*, <http://2001.ukrcensus.gov.ua/eng/results/general/nationality/Crimea/> [dostęp: 11 października 2022].

Brylska K., Gackowski T., Łączyński M., Patera M., *Polacy o konflikcie na Ukrainie – sondaż LBMUW*, Laboratorium Badań Medioznawczych UW, Warszawa 2017, <http://www.lbm.uw.edu.pl/attachments/article/123/Polacy%20o%20konflikcie%20na%20Ukrainie%20-%20sonda%C5%BC%20LBM%20UW.pdf> [dostęp: 10 kwietnia 2017].

Dougherty J., *Everyone Lies: The Ukraine Conflict and Russia's Media Transformation*, „Shorenstein Center on Media, Politics and Public Policy, Discussion Paper Series” #D-88, July 2014, <https://shorensteincenter.org/wp-content/uploads/2014/07/d88-dougherty.pdf> [dostęp: 8 kwietnia 2017].

Greimas A., Leach E., *Rytuał i narracja*, Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warszawa 1989.

*Komunikat z badań CBOS. Polacy o sytuacji na Ukrainie w czasie krymskiego kryzysu*, oprac. K. Kowalczyk, Fundacja Centrum Badań Opinii Społecznej, Warszawa 2014, [http://www.cbos.pl/SPI-SKOM.POL/2014/K\\_035\\_14.PDF](http://www.cbos.pl/SPI-SKOM.POL/2014/K_035_14.PDF) [dostęp: 10 kwietnia 2017].

---

44 Tymczasem rosyjska propaganda rozpowszechnia krytykę zachodniej oceny krymskich wydarzeń – jakoby to Majdan był nieprawomocny, wymierzony w przymierze rosyjsko-ukraińskie, a zmanipulowane referendum na Krymie właściwe, by je uznać. Por. J. Dougherty, *Everyone Lies: The Ukraine Conflict and Russia's Media Transformation*, „Shorenstein Center on Media, Politics and Public Policy, Discussion Paper Series” #D-88, July 2014, <https://shorensteincenter.org/wp-content/uploads/2014/07/d88-dougherty.pdf> [dostęp: 8 kwietnia 2017].

Minakov M., *Utopian Images of the West and Russia Among Supporters and Opponents of the Euromaidan*, „Russian Politics & Law”, vol. 53 issue 3, 2015, s. 68-85.

*Narracja jako sposób rozumienia świata*, red. J. Trzebiński, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk 2002.

*Polska-Rosja. Diagnoza społeczna 2013*, Centrum Polsko-Rosyjskiego Dialogu i Porozumienia, Warszawa 2013, [http://www.cprdip.pl/assets/media/Wydawnictwa/Raporty/Polska\\_Rosja\\_Diagnoza\\_spoleczna\\_2013.pdf](http://www.cprdip.pl/assets/media/Wydawnictwa/Raporty/Polska_Rosja_Diagnoza_spoleczna_2013.pdf) [dostęp: 10 kwietnia 2017].

Rosenblat A., Greenberg J., Solomon S., Pyszczynski T., Lyon D., *Evidence for Terror Management Theory: I. The Effects of Mortality Salient on Reactions to Those who Violate or Upholds Cultural Values*, „Journal of Personality and Social Psychology”, nr 57, 1989, s. 681-690.

Schank R., *Dynamic Memory: A Theory of Reminding and Learning in Computers and People*, Cambridge University Press, Cambridge 1982.

Schank R., *Tell Me a Story: A New Look at Real and Artificial Intelligence*, Simon & Schuster, New York 1991.

Skórczewski D., *Polska skolonizowana, Polska zorientalizowana. Teoria postkolonialna wobec „innej Europy”*, „Porównania”, nr 6, 2009, s. 95-105.

Wasilewski J., *Opowieści o Polsce. Retoryka narracji*, Headmade, Warszawa 2012.

Zarycki T., *Uciemniona forpocza Zachodu. Wiktyimizacja i okcydentalizacja we współczesnym polskim dyskursie regionalnym*, „Kultura i Społeczeństwo”, nr 2, 2005, s. 115-133.

**Artur Piskorz**

*Uniwersytet Pedagogiczny im. Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie*

ORCID: 0000-0003-2714-1260

## **Kłopoty z (nie)pamięcią. Recenzja książki Olgi Wesołowskiej *Poszukiwanie tożsamości w kraju (nie)pamięci. O dokumentalnej twórczości Ruth Beckermann*<sup>1</sup>**

Książka Olgi Wesołowskiej jest pierwszym na rynku polskim krytycznym omówieniem dokonań Ruth Beckermann – pochodzącej z Austrii autorki licznych filmów dokumentalnych. Beckermann, przy okazji 14. edycji Festiwalu Filmowego Millennium Docs Against Gravity, pojawiła się na krótko w Warszawie, ale to jednorazowe wydarzenie nie zmienia faktu, iż jej twórczość pozostaje nieznana polskiej publiczności. W 2016 roku ukazała się w języku niemieckim publikacja na temat dokonań reżyserki<sup>2</sup>, a trzy lata później wydano anglojęzyczny zbiór esejów jej poświęconych<sup>3</sup>. Recenzowany tom Olgi Wesołowskiej dołącza do wspomnianych publikacji.

Ruth Beckermann (rocznik 1952), chociaż urodzona w Wiedniu, sporą część swego życia spędziła w Stanach Zjednoczonych i w Izraelu. Mimo licznych podróży to Austria pozostaje w centrum jej zainteresowania i to temu krajowi oraz jego mieszkańcom poświęca uwagę w swych filmach dokumentalnych. Przy czym stosunek Beckermann do ojczyzny pozostaje wyraźnie niejednoznaczny. Reżyserka ustawia się w kontrze do wyidealizowanego, sentymentalnego wizerunku tego kraju wykreowanego choćby na potrzeby klasycznych *Dźwięków muzyki* (reż. Robert Wise, 1965). W swoich filmach Beckermann zdecydowanie bliżej do takich twórców, jak Martin Pollack, Thomas Bernhard czy Elfriede Jelinek – autorów zaliczanych do grupy artystów zbiorowo określanych mianem *Nestbeschmutzerów*, czyli „artystów kalających własne gniazdo”.

Początkowo określenie to wyrażało negatywny stosunek czytelników do tych twórców, który w swych utworach zajmowali krytyczne stanowisko wobec austriackiej rzeczywistości. Nie pozwalali oni społeczeństwu na pogrążenie się w błogim samozadowoleniu, na wymazanie z pamięci niechlubnej przeszłości czy na upra-

---

1 O. Wesołowska, *Poszukiwanie tożsamości w kraju (nie)pamięci. O dokumentalnej twórczości Ruth Beckermann*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2022, ISBN: 978-83-779-8, e-ISBN: 978-83-8220-780-4, ss. 176.

2 *Ruth Beckermann*, red. A. Horwath, M. Omasta, SYNEMA Gesellschaft für Film und Medien, 2016.

3 *Ruth Beckermann*, red. E. Kondor, M. Loebenstein, Austrian Film Museum, 2019.

wianie społecznej gry pozorów. Taka postawa postrzegana była jako antyspołeczna i niepatriotyczna, kolejne zaś utwory *Nestbeschmutzerów* budziły kontrowersje. Z upływem czasu „artyści kalający własne gniazdo” zaczęli posługiwać się tym określeniem w stosunku do samych siebie. Zabieg ten nie tylko złagodził jego negatywną wymowę, ale nadał mu posmak nonkonformizmu, niezależności i bezkompromisowości. „Kalaniem własnego gniazda” zajmują się także twórcy filmowi. Należący do światowej czołówki reżyserzy tacy, jak Ulrich Seidl czy Michael Haneke poruszają problemy wykraczające poza krytyczny opis austriackiej rzeczywistości. Chociaż również oni eksploatują tematykę polityki pamięci czy zderzenia przeszłości z teraźniejszością w wymiarze indywidualnym i zbiorowym.

Dokonania Ruth Beckermann konstruowane są w zbliżonym paradygmacie, przy czym jej twórczość wyróżnia się istotnym osobistym rysem. Córce rodziców ocalałych z Zagłady trudno uciec od tematyki winy, pamięci i zapomnienia, chociaż w swej twórczości stara się również budować pomost między przeszłością i teraźniejszością. Krytycznie spoglądając na teraźniejszość, angażuje się równocześnie politycznie oraz zajmuje kwestią własnej tożsamości. Zwłaszcza ten ostatni aspekt, żydowskie pochodzenie reżyserki próbującej odnaleźć własne miejsce w austriackim społeczeństwie, skłania ją do szczególnego namysłu i pogłębionej (auto)refleksji. To właśnie owa wielowymiarowość jej poczucia nieprzynależenia, bycia outsiderem w istotny sposób wpływają na postrzeganie rzeczywistości, a w konsekwencji na jej filmową twórczość.

Olga Wesołowska umieszcza twórczość Beckermann w szerokim planie społeczno-historyczno-politycznym. Podkreślając wielowymiarowość dokonań reżyserki, autorka prowadzi logiczny i konsekwentny wywód. Wiedzie on czytelnika przez kolejne teksty i konteksty, ukazując złożoność biografii Beckermann: jej doświadczeniem powojennej Austrii oraz jej dziedzictwa. Otwierająca tom część *Przeszłość, wspomnienia, pamięć* kreśli obszerną panoramę powojennej Austrii wraz ze wszystkimi zawirowaniami politycznymi i społecznymi, hipokryzją oficjalnego dyskursu oraz milczącym przyzwoleniem na „zapomnienie” wstydlivych faktów historycznych. Dopiero *memory boom* w latach 80. uruchomił mechanizmy przypominania i odkrywania niewygodnej przeszłości, szczególnie w odniesieniu do roli Austrii i zachowania jej obywateli w czasie II wojny światowej. Demitologizacji podlegają także miejsca idealizujące wizerunek kraju. Z jednej strony są to pocztówkowe ujęcia alpejskich wiosek na tle ikonicznych szczytów, wymuskane rezydencje i pałace. Z drugiej zaś – konkretne miejsca obarczone pamięcią o niechlubnych wydarzeniach z przeszłości. Jak choćby wiedeński Heldenplatz, o którym to miejscu Wesołowska pisze, iż można je interpretować jako metaforę nowego sposobu obchodzenia się z pamięcią. Miejsce, w którym 12 marca 1938 roku przemawiał Hitler, przez lata uznawane było raczej za niemieckie miejsce pamięci, ponieważ w Austrii żyjącej



mitem pierwszej ofiary wspomnienia dotyczące okresu narodowego socjalizmu były wypierane. Plac Bohaterów już we wcześniejszej historii Austrii odgrywał znaczącą rolę. Był świadectwem m.in. potęgi Habsburgów. Jednak po 1945 roku stał się on problematyczny, gdyż kojarzono go przede wszystkim z niechlubną przeszłością – w 1938 rok na Heldenplatz zebrały się tłumy, aby wiwatować na cześć Hitlera i świętować przyłączenie do III Rzeszy. Z tego powodu plac w samym centrum Wiednia przez wiele lat pozostawał miejscem (nie)pamięci, o którym wolano milczeć<sup>4</sup>.

Rozdział drugi, *Ruth Beckermann a tradycja Nestbeschmutzerów*, przez wydobycie charakterystycznych cech twórczości reżyserki, konfrontuje jej dokonania z innymi artystami „kalającymi własne gniazdo”, poczynając od twórczości Arthura Schnitzlera, poprzez akcjonizm wiedeński, aż do twórczości Thomasa Bernharta, Elfriede Jelinek i wielu innych „prowokacyjnych” twórców austriackich. To panoramiczne spojrzenie pozwala lepiej zrozumieć znaczenie dokumentalnej twórczości Beckermann oraz zobaczyć je w dialogu z dokonaniem innymi *Nestbeschmutzerów*. Tutaj uwidocznia się także trafność decyzji autorki o włączeniu Beckermann do tego właśnie grona twórców.

Na tle tak nakreślonego kontekstu autorka przechodzi do analizy filmów Beckermann, czemu poświęcony jest rozdział trzeci książki, *Podróż przez Austrię*, będący zarazem najobszerniejszym. W kolejnych podrozdziałach Wesołowska porządkuje tematy, z którymi mierzy się w swoich filmach Beckermann, jak choćby jej rozprawa z mitem *tu felix Austria* i mitem Austrii jako ofiary. Po raz pierwszy zostanie to poruszone w *Powrocie do Wiednia* (1983). Film zapoczątkował „trylogię o żydowskiej samotności” będącą w gruncie rzeczy opowieścią o austriackim antysemityzmie. Temat powróci w filmie *Na wschód od wojny* (1996) poddającym dekonstrukcji panujące przez lata w austriackim społeczeństwie przekonanie bycia ofiarą i ponoszenia ogromnych strat, za które zostają obwinieni wszyscy inni. Z kolei *Walc Waldheima* (2018) to zmierzenie się z próbą zatarcia pamięci o przeszłości, konfrontacja idylli teraźniejszości z czasem minionym. Przywołane tytuły filmów oraz ich tematyka ilustrują problemy, z którymi konfrontuje się w swoich filmach Beckermann.

Twórczość dokumentalistki nie jest jednorodna stylistycznie, oscylując – jak trafnie zauważa Wesołowska – gdzieś między „publicystyczną aktualnością a intymnością, między «kalaniem własnego gniazda» a portretowaniem społeczności, do której należy”. Jeżeli nawet rys doraźności przebija tu i ówdzie w pracach Beckermann, to jednak w takich filmach, jak *Powrót do Wiednia*, *Na wschód od wojny*, czy *Walc Waldheima* reżyserka nie obawia się sięgać po tematy bolesne dla austriackiego społeczeństwa. Antysemityzm, kolaboracja czasów wojny, przemilczanie przeszłości i społeczna hipokryzja, które zostają obnażone w jej filmach, stają się lustrem, w którym mogą przejrzeć się Austriacy. Skala kontrowersji, jakie te filmy budziły i budzą,

4 O. Wesołowska, *Poszukiwanie tożsamości w kraju...*, s. 33.

pokazuje, że nie wszyscy są gotowi w to lustro spojrzeć. Książka Olgi Wesołowskiej pozwala zrozumieć, dlaczego tak się dzieje.

**Magdalena Pataj**

*Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie*

ORCID: 0000-0003-1578-8075

### **Sprawozdanie z konferencji *Współczesne Media 13: Dziennikarstwo jakościowe* (Lublin, 27-28 kwietnia 2022 r.)**

W dniach 27-28 kwietnia 2022 roku w Lublinie odbyła się trzynasta odsłona konferencji z cyklu „Współczesne Media”, tym razem poświęcona problematyce dziennikarstwa jakościowego. Organizatorem spotkania była Katedra Dziennikarstwa Instytutu Nauk o Komunikacji Społecznej i Mediach UMCS.

Podczas dwudniowych obrad odbyły się trzy sesje plenarne, wydzielono także sekcje tematyczne, tj. *Problemowe dziennikarstwo jakościowe*, *Rodzaje dziennikarstwa jakościowego*, *Genologia i formy wypowiedzi*, *Kompetencje dziennikarzy*, *Uwarunkowania prawne i etyczne*.

Po uroczystym otwarciu konferencji rozpoczęły się pierwsze obrady plenarne. Dr hab., prof. UR Wojciech Furman w swoim wystąpieniu podjął próbę odniesienia się do pytania postawionego w tytule referatu: „Na czym polega jakość dziennikarstwa?”. Jako kolejny głos zabrał dr hab. Bartłomiej Maliszewski (UMCS), który zastanawiał się nad problemem „Mieć czy być? – prasowy (meta)dyskurs o dziennikarstwie jakościowym”. Następnie uczestnicy konferencji mogli wysłuchać prezentacji prof. dra hab. Jana Krefta (UG) pt. „Kto jest *prawdziwym* dziennikarzem? – o negocjowaniu tożsamości. Na gruzach tradycyjnej i o nowej jakości w dziennikarstwie – wnioski teoretyczne”. Jako ostatni w tej części zabrał głos prof. dr hab. Michał Drożdż (UPJPII) z wystąpieniem „Etyczność jako narzędzie diagnostyczne dziennikarstwa jakościowego”.

Po obradach plenarnych rozpoczęły się trzy równoległe sekcje. Pierwszą z nich, poświęconą problemowemu dziennikarstwu jakościowemu, otworzył referat dr Joanny Sosnowskiej (KUL) oraz dr Anety Wójciszyn-Wasil (KUL) zatytułowany „Audiowizualne dziennikarstwo naukowe w kontekście dziennikarstwa jakościowego”. Dr Ilona Dąbrowska (UMCS) skupiła się z kolei na problemie „Edukacji przez media i do mediów”.

W części poświęconej klasyfikacji dziennikarstwa jakościowego jako pierwsza głos zabrała dr Dominika Popielec (UKW) omawiając „FRONTSTORY.PL jako przykład redakcji zorientowanej wyłącznie na dziennikarstwo śledcze”. Następnie dr Justyna Maguś (UMCS) przedstawiła „Raport o stanie świata”, traktując go jako działania wpisujące się w założenia dziennikarstwa jakościowego. Dr Marta

Więckiewicz-Archacka (UWM) omówiła zamysł *slow news*, obrazując tę koncepcję serwisem internetowym Tortoise. Inny przykład działań mieszczących się w zagadnieniu dziennikarstwa jakościowego zaprezentowała dr hab., prof. UŁ Monika Worsowicz, przywołując portal Onet. Jako ostatnia w tej części głos zabrała dr Kinga Adamczewska (UAM), omawiając „Dzienniki opinii i dzienniki tabloidowe w mediach społecznościowych – zaangażowanie i przepływ informacji w czasie kampanii wyborczej”.

W sekcji poświęconej geneologii i formom wypowiedzi mgr Michalina Pokorska (UŁ) zaprezentowała analizę strukturalno-pragmatyczną delimitatorów inicjalnych oraz finalnych, ilustrując zjawisko działaniami w wybranych radiowych serwisach informacyjnych. Kolejna prelegentka, dr hab., prof. UŁ Beata Grochala wygłosiła referat pt. „Dziennikarstwo jakościowe a wzorce gatunkowe i ich realizacje w dziennikarstwie sportowym”. Następnie uczestniczki, dr Aleksandra Kalisz (UŚ) oraz dr Ewelina Tyc (UŚ), przedstawiły wyniki badań nad telewizyjnym koncertem życzeń w kontekście genologicznym. Tę część zamknął referat prof. dr hab. Nataszy Ziółkowskiej-Kurczuk (UMCS) zatytułowany „Podróżować i mieszkać w pociągu. Reportażowe książki podróżnicze Paula Theroux”.

Po pierwszej turze obrad w sekcjach rozpoczęły się kolejne obrany plenarne. Otworzyło je wystąpienie dr hab. Pauliny Olechowskiej (US) poświęcone „Krytyce mediów jako instrumentu jakościowego dziennikarstwa: tradycje, obszary badań, wyzwania i warunki skuteczności”. Jako następny wystąpił dr hab., prof. UO Marek Chyliński, analizując „Kryteria jakości jako zmienne modelujące dyskurs dziennikarski”. Natomiast dr hab. Marcelina Zuber (UWr) zwróciła uwagę na „Rolę dziennikarstwa jakościowego w komunikowaniu o nauce”.

W ostatniej części pierwszego dnia odbyły się cztery sekcje. W pierwszej ponownie rdzeniem dyskusji była kwestia problemowego dziennikarstwa jakościowego. Dyskusję otworzył prof. dr hab. Wojciech Misztal (UPJPII), który wygłosił referat pt. „Stosunek do religii a upowszechnianie dziennikarstwa jakościowego”. Jako kolejny swoje wyniki badań zaprezentował ks. dr Rafał Jakub Pastwa (KUL), który skupił się na roli mediatyzacja religii w postępującym procesie sekularyzacji. Panel zakończył ks. dr Sławomir Soczyński (UPJPII), pochylając się nad rolą kategorii tabu w mediach.

W sekcji B dyskusja rozpoczęła się od prezentacji wyników badań przeprowadzonych przez dr hab. Monikę Grzelkę (UAM) oraz dr hab., prof. UAM Agnieszkę Kulę – wystąpienie pt. „O jakości przytoczenia w mediach społecznościowych (profile tygodników opinii w mediach społecznościowych)”. Następnie dr hab., prof. UMCS Marta Wójcicka omówiła temat „Czytając między mediami... Marsz Niepodległości (2021) w przekazie medialnym”, zaś dr hab., prof. UJ Marzena Barańska skupiła się na zagadnieniu „Doxing a prawa użytkowników mediów społecznościowych”. Tę

sekcję zamknął referat dr hab. Agaty Opolskiej-Bielańskiej (UW), przedstawiający relacje pomiędzy człowiekiem a mediami w dobie pandemii.

Trzecią sekcję otworzył referat dr hab., prof. UMCS Magdaleny Piechoty (UMCS). Badaczka nakreśliła „Portret artysty we współczesnym reportażu”, z kolei dr hab., prof. UJ Wojciech Kajtoch skupił się na reportażach autorstwa Wojciecha Pestki. Kolejna prelegentka, dr hab. Klaudia Cymanow-Sosin (UPJPII), kontynuując wątek reportażu, skupiła się na formie radiowej, wybierając audycje w Radiu Kraków. Następnie dr Agata Fijuth-Dudek (UMCS) odniosła się do reportażu Pawła P. Reszki, jako działań będących egzemplifikacją założeń dziennikarstwa jakościowego. Z kolei dr Bogumiła Fiołek-Lubczyńska (UŁ) przeanalizowała „Reportaż telewizyjny w służbie dziennikarstwa poszukującego prawdy o człowieku i świecie”.

Czwartą z części poświęcono kompetencjom dziennikarzy. W pierwszej kolejności zaprezentowano wyniki badań przeprowadzonych przez zespół: dr hab., prof. UAM Agnieszka Stępińska, dr Kinga Adamczewska (UAM), dr Ewa Jurga-Wosik (UKSW), dr Bartłomiej Secler (UAM), mgr Denis Halagiera (UAM), mgr Daria Zadroźniak (UAM), lic. Karolina Łapińska (UAM) – referat pt. „Usługa, rozrywka, czy służba obywatelska? Role pełnione przez polskich dziennikarzy w świetle badań empirycznych”. Następnie dr hab., prof. KUL Małgorzata Gruchola oraz dr Małgorzata Sławek-Czochra (KUL) omówiły temat: „Robodziennikarstwo: od kreatora do *nadzorczy*. Zmiany statusu dziennikarza”. Kolejno dr Anna Musialik-Chmiel (Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach) zwróciła uwagę na „Dziennikarstwo jakościowe i fact-checking. Wieloaspektowy charakter współczesnych standardów redakcyjnych i dziennikarskich praktyk w aspekcie weryfikacji informacji”, natomiast dr Marta Jarosz (UKSW) poszukiwała odpowiedzi na pytanie zadane w tytule: „Tworzenie czy przetwarzanie? O jakości źródeł informacji w portalach i prasie drukowanej – na przykładzie treści publikowanych w portalu *dziennik.pl* i na łamach *Dziennika Gazety Prawnej*”.

Drugi dzień konferencji rozpoczął się obradami plenarnymi. Zainicjował je dr hab., prof. UMCS Jan Pleszczyński referatem: „Media i dziennikarstwo jakościowe w epoce populizmu, czyli jak się włamać do monad bez okien”. Jako kolejna głos zabarała dr hab., prof. UŚ Magdalena Ślawska, która omówiła zależności pomiędzy dziennikarstwem jakościowym a kategorią świadomości gatunkowej. Dr hab., prof. UR Maria Krauz wraz z dr hab., prof. UR Wiolettą Kochmańską skupiły się na „Wyznacznikach dziennikarstwa jakościowego na przykładzie tekstu *Samotność: calun w spirytusie*”, natomiast dr hab., prof. UMCS Anna Dunin-Dudkowska wyróżniła „7 cech dziennikarstwa jakościowego w badaniach anglojęzycznych”.

Po obradach odbyły się dyskusje w sekcjach. Ponownie pochyłono się nad problemowym dziennikarstwem jakościowym. Dr Ewa Modrzejewska (UW) oraz mgr Dagmara Mateja (UW) omówiły proces wizualizacji danych, osadzając go na tle

dziennikarstwa jakościowego. Jako przykład ilustrujący Autorki wybrały polskie treści prasowe dotyczące wybranych konferencji klimatycznych ONZ. Dr Bartłomiej Łódzki (UWr), pozostając w temacie zagadnień klimatycznych, zaprezentował referat „Zmiany klimatu i polityka klimatyczna. Rola mediów globalnych w jakościowym relacjonowaniu kwestii transnarodowych”.

W sekcji poświęconej rodzajom dziennikarstwa jakościowego wyniki swoich badań prezentował m.in. dr Rafał Kuś (UJ). Badacz skupił się na programie „Voice of America”, traktując go jako medium jakościowe. Dr Joanna Bachura-Wojtasik (UŁ) zaprezentowała „Kategorię *czulego narratora* w dźwiękowych audycjach artystycznych o Shoah”, natomiast dr Tomasz Płonkowski (UKSW) zaprezentował *case study* serwisu „Wszystko, co najważniejsze”. Na zakończenie tej części głos zabrała dr Iwona Grodź (WSUS), prezentując referat: „WARTOŚĆ I JAKOŚĆ. Casus dziennikarstwa kulturalnego”.

W sekcji C skupiono się ponownie na kategorii form wypowiedzi. Dyskusję rozpoczęła dr Katarzyna Zdanowicz-Cyganiak (Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach) omawiając: „Wpływ kultury konfesyjnej na dziennikarstwo jakościowe”. Dr hab., prof. UMCS Aneta Wysocka zwróciła uwagę na „Indywidualizację stylu we współczesnej felietonistyce popularnonaukowej”, z kolei dr hab. Krzysztof Kaszewski (UW) odpowiadał na pytanie „Co nazywa się felietonem w mediach o grach wideo?”. Felietony o tematyce sportowej, których autorem jest Rafał Stec, zostały omówione przez dra Patryka Iwańczyka (Pedagogiczna Biblioteka Wojewódzka im. Komisji Edukacji Narodowej w Lublinie).

W sekcji poświęconej kompetencjom dziennikarzy jako pierwsza wystąpiła dr Katarzyna Drąg (UPJPII), wygłaszając referat, „Ku dziennikarstwu jakościowemu na przełomie XIX i XX w. – tropy kompetencji”. Następnie dr hab., prof. UKSW Rafał Leśniczak skupił się na „Dziennikarstwie jakościowym w ujęciu Luki Brajnovicia”. Kolejny prelegent, dr Jacek Wojsław (UG), poddał analizie „Daniela Passenta potyczki z historią: w poszukiwaniu dziennikarskiego wzorca osobowego”, zaś dr hab., prof. UKSW Krzysztof Stępniaak zwrócił uwagę na trudności dziennikarzy danych podczas pandemii COVID-19.

Ostatnia sekcja została poświęcona kontekstom prawnym i etycznym. Dyskusję zainicjowała dr hab., prof. UAM Barbara Sobczak, omawiając „Łamanie zasad etyki dziennikarskiej w świadomości odbiorców mediów na podstawie orzeczeń Rady Etyki Mediów”. Następnie głos zabrał dr Paweł Urbaniak (UWr), podnosząc kwestię samoregulacji mediów w odniesieniu do dziennikarstwa jakościowego. Dr Paweł Kuca (UR) zbadał „Wpływ kapitału zagranicznego na rynek prasy drukowanej w regionie podkarpackim w latach 1993-2020”, a dr Elżbieta Pawlak-Hejno (UMCS) podjęła próbę odpowiedzi na pytanie, czy mechanizm crowdfundingu może przyczynić się do rozwoju dziennikarstwa jakościowego. Dr Wojciech Magus

(UMCS) przeanalizował „Radio 357 jako przykład innowacyjnego wykorzystania nowoczesnych technologii w pracy dziennikarskiej”.

Trzynasta odsłona ogólnopolskiej konferencji naukowej „Współczesne Media” obfitowała w ciekawe referaty poświęcone problematyce dziennikarstwa jakościowego. Wyniki badań były przyczynkiem do gorących dyskusji, wieńczących każdą z części spotkania. Zaprezentowane wyniki badań pokazały, że tytułowe zagadnienie konferencji jest obszarem szerokim poznawczo, wymagającym stałej refleksji badawczej, głównie ze względu na zmieniający się świat mediów i dziennikarstwa. Spojrzenie krytyczne, obecne w wystąpieniach, wydaje się niezwykle potrzebne do wypracowania pewnych refleksji dotyczących jakości współczesnego dziennikarstwa w ogóle.

# Abstrakty, noty o autorach i autorkach

Wojciech Kajtoch

*Lexical Quantitative Content Analysis  
as a Method of Studying the Language of Print Media*

The article looks at different analyses of media content. The quantitative content analysis is a necessary first step in the research of any media flow. This type of analysis provides a technique for objectively pointing out themes and thematic lines in a particular medium. Lexical quantitative content analysis is defined as both analyzing and measuring words. It has two distinct paradigms: the leading words method and the keyword method. The text provides definitions for the terms “textual image of the word” and “lingual image of the world”. The methods explored are presented in a way that accommodates their application.

**Key words:** lexical quantitative content analysis, quantitative lexical textual image of the world, content analysis, media studies

**Wojciech Kajtoch** – dr hab., profesor Uniwersytetu Jagiellońskiego, pracownik Instytutu Dziennikarstwa, Mediów i Komunikacji Społecznej (zakład: Ośrodek Badań Prasoznawczych). Jego zainteresowania badawcze obejmują: język i analizę zawartości prasy, języki subkultur, teorię literatury, politykę językową, historię literatury polskiej i rosyjskiej XX wieku, fantastykę literacką, kulturę popularną. Opublikował ok. 20 książek naukowych, krytycznoliterackich i literackich oraz wiele prac drobniejszych. Tłumaczony na angielski, bułgarski, francuski, niemiecki, rosyjski i serbski.



## Krzysztof Kaszewski

*Profiling in media self-imaging. A comparative analysis of the language of the news service of Polish Radio Three in the periods 2014-2015 and 2020-2021.*

Concept profiling is a method related to the study of linguistic images of the world. The article uses it to show how the self-image of the radio broadcaster has changed in its news broadcasts (using the examples of “Serwis Trójki” and of Polish Radio Three). Analyses of the material from 2014-15 and 2020-21 showed that the intensity of self-imaging remained at a constant, not high level, while changes occurred, among other things, in the ways of naming stations, the frequency of activating various facets of the image and filling them with content.

**Key words:** media self-promotion, self-presentation, profiling concepts, language, radio, radio news service

**Krzysztof Kaszewski** – językoznawca, doktor habilitowany nauk humanistycznych, pracownik naukowo-dydaktyczny na Wydziale Dziennikarstwa, Informacji i Bibliologii Uniwersytetu Warszawskiego. Zainteresowania badawcze: język w mediach, autopromocja mediów, media o grach wideo, genologia lingwistyczna, metodyka edukacji polonistycznej i medialnej.

## Magdalena Ślawska

### *On genre awareness: a media linguistic model for the study of sender's competence*

This article is a discussion of the concept of genre awareness. It attempts to define this concept in two planes: normative and communicative-discursive. Seen in a normative context, genre awareness highlights genre itself as a template, a structure and a schema - thus collectively as a norm - and, above all, it underlines its recognition by the sender of the message. The communicative-discursive perspective, on the other hand, points to the ability to use genres in the broad field of language communication, where the interaction between the sender and the receiver is critical. Genre awareness can be understood not only in terms of knowledge that allows recognition of the genre type with its determinants, but also the capacity to discursively perform the consequent acts. Thus, competence is an abstract construct that can be studied through concrete realisations and communicative practices. At the same time, it marks a highly individualised, intentional manifestation of the actions of the media communicator - the journalist. The article concludes with a section outlining research opportunities in the field of genre awareness in media texts.

**Key words:** genre awareness, genre studies, genre, journalist

Magdalena Ślawska – doktor habilitowana nauk humanistycznych w zakresie językoznawstwa, pracuje w Instytucie Dziennikarstwa i Komunikacji Medialnej Uniwersytetu Śląskiego. Jej zainteresowania naukowe skupiają się wokół badań gatunków medialnych, świadomości gatunkowej nadawców i odbiorców mediów oraz pragmatyki i wizualności tekstu medialnego. Autorka monografii: *Formy dialogu w gatunkach prasowych* (Katowice 2014), *Sztuka mediów. O świadomości gatunkowej dziennikarzy prasowych* (Katowice 2019), współredaktorka tomów *Transdyscyplinarność badań nad komunikacją medialną*.

## Magdalena Trysińska

### *Cultural capital and the conceptualization of media texts by high school students*

The article presents the initial assumptions of the research project, the subject of which is the conceptualization of media texts by students of the first grades of secondary schools, taking into account their cultural capital. The research material consists of written works that were created as part of the research on linguistic and text-forming competences in 2013-2020. Four assumptions were made: written student text is an excellent diagnostic tool; it can be a tool for verifying the level of students' cultural capital; it allows to find out how students conceptualize various cultural texts, including media texts; the way of conceptualizing media texts allows to define the level of media competences (here limited to perceptive competences). The author refers to the sociological theory of cultural capital by P. Bourdieu and the concept of a text of culture (including media text) developed on the basis of media and literary genology. The preliminary analysis shows that students willingly reach for cultural texts learned outside the school and want to refer to them in their works. At the same time, it is confirmed that students watch more than read. The media messages cause the most problems for students. The cultural capital of students is built on media and popular culture texts. However, it is not discussed at schools. Such cultural capital does not help in deeply experiencing the culture offered by school, and on the other hand - the development of cultural competences by schools does not help students understand texts more closely, e.g. media texts (including films, series that do not belong to so-called high culture).

**Key words:** school, cultural capital, media text, conceptualization, cultural competence, media competence, language competence

**Magdalena Trysińska** – dr. hab., prof. ucz. w Instytucie Polonistyki Stosowanej Wydziału Polonistyki UW. Zainteresowania badawcze: dyskursy medialne, język mediów dla dzieci (filmów animowanych), nauczanie języka polskiego w szkole podstawowej i ponadpodstawowej. Autorka książek i artykułów z zakresu języka mediów i metodyki języka polskiego.

## Jacek Wasilewski, Mateusz Patera

### *Facing dangerfacts, emotions, and narratives. The case of the Crimea conflict in press narratives in February and March 2014*

The article describes press narratives in face of the Russian invasion of Crimea in 2014. In the Polish press there were anxiety and disbelief that Western countries did not understand a ruse of Russian politics towards Ukraine and they did not take any firm decision to stop the Crimea Anschluss. Narratives about the Crimea conflict accentuated the integrity of Ukrainian territory and the hesitation of Western leaders was considered as protecting particular interests, and unfortunately near-sighted ones.

In the analyzed materials there were distinguished few perspectives on Russian and European leaders, while the role of Poland was marginalized. It was proof, that the discourse was surprisingly widely opened and not focused on national interests.

It is worth noticing, that in the context of positive happenings in Ukraine (Majdan, decampment of Wiktor Janukowycz) the Crimea conflict in 2014 was not considered as highly dangerous, as were the trials of the annexation of Ługansk and Doneck area. Nobody knew that it was only the introduction of the next dramatic events; that's why it is interesting what were the shapes of politicians' predictions.

**Key words:** Crimea conflict, press narratives, East European policy

**Jacek Wasilewski** – medioznawca, dr hab., Wydział Dziennikarstwa, Informacji i Bibliologii Uniwersytetu Warszawskiego; zainteresowania badawcze: retoryka, język w dyskursie publicznym oraz narracje w popkulturze i narracje o markach.

**Mateusz Patera** – medioznawca, specjalista badawczo-techniczny na Wydziale Lingwistyki Stosowanej Uniwersytetu Warszawskiego, specjalista ds. badań i rozwoju w Laboratorium Badań Medioznawczych Uniwersytetu Warszawskiego.

## Artur Piskorz

**Artur Piskorz** – dr hab., prof. UP, adiunkt w Instytucie Filologii Angielskiej Uniwersytetu Pedagogicznego w Krakowie. Filmoznawca, anglista, tłumacz. Zainteresowaniami badawczymi obejmuje głównie takie zagadnienia, jak kultura i kinematografia brytyjska, szczególnie kino Stanleya Kubricka. Autor m.in. opracowań: *Guy Ritchie. Cockney z recyklingu* (w tomie *Autorzy kina europejskiego t. 5*, red. A. Helman, A. Pitrus, Kraków 2009); *Michael Mann – antropolog doświadczenia* (w tomie *Mistrzowie kina amerykańskiego t. 3*, red. Ł. Plesnar, R. Syska, Kraków 2010); *Aryan Papers: The Polish Connection* („Media – Kultura – Komunikacja Społeczna”, nr 2, 2016); *Selling England by the Pound, czyli jak kino dziedzictwa i komedia romantyczna leczą postimperialną traumę* (w tomie *Monografia miłości*, Kraków 2021); *Howards End or Framing Nostalgia i Heritage Cinema* (w tomie *Time and Temporality across Disciplines and Methodologies*, Kraków 2022) oraz monografii *Kino organiczne Mike’a Leigh* (Kraków 2016).

## Magdalena Pataj

**Magdalena Pataj** – doktor nauk społecznych w dyscyplinie nauki o mediach, zatrudniona w Instytucie Nauk o Komunikacji Społecznej i Mediach UMCS. Zainteresowania badawcze: marketing społeczny, komunikacja językowa, teorie mediów, komunikowanie o zdrowiu.



Kraków 2023