



Kawa czy herbata?

Pierwszy telewizyjny program śniadaniowy

Ewelina Tyc



WYDAWNICTWO
UNIWERSYTETU ŚLĄSKIEGO

Kawa czy herbata?

Pierwszy telewizyjny program śniadaniowy

Komunikat polimodalny
z perspektywy lingwistyki dyskursu

Prace Naukowe



Uniwersytetu Śląskiego
w Katowicach
nr 3718

50 lat
**Uniwersytetu
Śląskiego**
w Katowicach

Ewelina Tyc

Kawa czy herbata?

Pierwszy telewizyjny program śniadaniowy

Komunikat polimodalny
z perspektywy lingwistyki dyskursu

Redaktor serii: Językoznawstwo Polonistyczne
Bożena Witosz

Recenzent
Zofia Bilut-Homplewicz

Spis treści

Wstęp / 7

Konteksty teoretyczne i metodologiczne pracy

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

Telewizja – specyfika medium

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

Kawa czy herbata? – dyskursowe studium programu

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

Podsumowanie / 197

Aneks / 201

Bibliografia / 203

Indeks osobowy / 219

Summary / 223

Wstęp

Kwiaty nie pachną dla siebie, tylko zawsze dla kogoś.

Ryszard Kapuściński¹

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Pozyskiwanie materiału

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

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

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

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

Kawa czy herbata?

The first morning tv show

Polymodal message from the perspective of discourse linguistics

S u m m a r y

The dissertation presents a detailed analysis of the first national morning programme *Kawa czy herbata?* [coffee or tea?]. The morning show was broadcast on TVP 1 from 1992 to 2013, i.e. for twenty one years. This was a period of major changes not only in the Polish television but also in all mass media.

“Breakfast Television” as an idea of morning bands is willingly watched in Poland. It is proved by both the viewing ratings, as well as by the presence of the morning band not only in each of the leading television stations in Poland but also in local stations (eg. TVP Katowice).

The work is made up of two main parts, which are divided into specific sections. In the theoretical part, we present the state of media research work. We describe in detail the methodology, that is, discourse analysis and the linguistic picture of the world, the world media and the discursive image of the world. In the second, analytical part of the study we have described the TV programme *Kawa czy herbata?*. The material has been discussed in terms of four aspects of the genre’s standard developed by Maria Wojtak: structural aspect, pragmatic aspect, stylistic aspect and cognitive aspect.

As regards the structure, we have discussed both the whole programme and its individual parts. In terms of the pragmatic aspect, the analysis involves the actors of the discourse under analysis, namely the presenters of the programme and the stage on which they act – the studio. In terms of the stylistic aspect, in turn, the research is directed at the individual style of selected hosts. The final, cognitive aspect relates to the concept of the media picture of the world which was created in the morning program *Kawa czy herbata?*.

The considerations undertaken in the present work form part of the current research on discourse linguistics and media linguistics.

Keywords: breakfast TV, Polish Television, television genres, discourse

Redaktor: Anna Sońta
Projekt okładki i stron działowych: Aleksandra Glapiak
Redaktor techniczny: Małgorzata Pleśniar
Korektor: Lidia Szumigała
Łamanie: Barbara Wilk

Copyright © 2018 by
Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego
Wszelkie prawa zastrzeżone

ISSN 0208-6336
ISBN 978-83-226-3222-2
(wersja drukowana)
ISBN 978-83-226-3223-9
(wersja elektroniczna)

Wydawca
Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego
ul. Bankowa 12B, 40-007 Katowice
www.wydawnictwo.us.edu.pl
e-mail: wydawnictwo@us.edu.pl

Wydanie I. Ark. druk. 14,0. Ark. wyd. 15,5.
Papier Olin Regular Absolute White
Cena 38 zł (+ VAT)

Druk i oprawa:
„TOTEM.COM.PL Sp. z o.o.” Sp.K.
ul. Jacewska 89, 88-100 Inowrocław



ISSN 0208-6336
Cena 38 zł (+ VAT)

ISBN 978-83-226-3223-9



9 788322 632239

Więcej o książce

