

Dyskurs telewizyjny
w świetle lingwistyki mediów

Prace Naukowe



Uniwersytetu Śląskiego
w Katowicach
nr 3794

50 lat
Uniwersytetu
Śląskiego
w Katowicach

Iwona Loewe

**Dyskurs telewizyjny
w świetle lingwistyki mediów**

Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego
Katowice 2018

Redaktor serii: Językoznawstwo Polonistyczne:

Mirosława Siuciak

Recenzent:

Ewa Szkudlarek-Śmiechowicz

Spis treści

Wprowadzenie	11
Rozdział 1	
Stan badań nad językiem telewizji	13
1.1. Badania nad dyskursem telewizyjnym	17
Rozdział 2	
Dyskurs telewizyjny w mediosferze. Status	25
2.1. Dyskurs medialny	25
2.2. Dyskurs telewizyjny. Wzorzec	29
2.2.1. Parametr ideacyjny	30
2.2.2. Parametr normatywny	32
2.2.3. Parametr interakcyjny	35
2.2.4. Parametr podmiotowy	35
2.2.5. Parametry spacji i chronemicznej	36
2.3. Obszary dyskursu telewizyjnego	37
2.4. Podział przestrzeni dyskursywnej	40
Rozdział 3	
Telewizja programowa. Pasma właściwe	45
3.1. Ramówka	48

3.2. Realizm a fikcja	49
3.3. Telewizja programowa. Audiowizualność sprofilowana	52
3.4. Gatunki dyskursu telewizyjnego	57

Rozdział 4

Telewizja strumieniowa. Inne praktyki dyskursywne	67
4.1. Audiowizualność strumieniowa	67
4.1.1. Sport	71
4.1.2. Dzieci	72
4.2. Audiowizualność hybrydowa	72
4.3. Audiowizualność portali	73
4.4. Audiowizualność na życzenie	75
4.5. Audiowizualność produkowana. YouTube	78
4.6. Migracje gatunkowe i prezenterkie	80
4.7. Migracje dyskursywne	85
4.8. Charakterystyka parametryczna innych obszarów dyskursu.	
Podsumowanie	86

Rozdział 5

Tekst multimodalny. Metody i problemy badawcze	91
5.1. Autor	92
5.2. Konstrukcja	93
5.3. Odbiorca	94
5.4. Badacz	95
5.5. Tekst multimodalny	95
5.6. Metody badawcze	98
5.7. Problemy badawcze. Polilog	107
5.8. Problemy badawcze. Instancja nadawcza	111
5.9. Problemy badawcze. Widownia	116
5.10. Problemy badawcze. Logowizualność	124
5.10.1. Wzmianka	128
5.10.2. Cytaty tekstu digitalnego	129
5.10.3. Cytaty tekstu mówionego	130
5.10.4. Cytaty tekstu pisanego	131
5.10.5. Tłumaczenia	132
5.10.6. Napisy tła	132

Rozdział 6	
Dyskurs telewizyjny w świetle lingwistyki obrazu. Kolor	139
Zakończenie	155
Bibliografia	159
Indeks i źródła fotografii	173
Summary	179
Zusammenfassung	183
Резюме	187

Wprowadzenie

Różne postępowania badawcze widzą telewizję jako: audiowizualną prasę (por. PISAREK, 1969 – prasoznawca), radio z lufcikiem (opinia potoczna z lat 60. XX wieku), medium zimne (por. MACLUHAN, 1975 – medioznawca), sposób zdobycia wiedzy o świecie (por. POSTMAN, 1985 – medioznawca), środek komunikacji między ludźmi (por. FRANCUZ, 1999 – psycholog), medium o największym zasięgu oddziaływania kreujące postawy i zachowania wielomilionowej rzeszy widzów (por. KOZIEŁ, 2003 – historyk mediów), „nadawanie i odbiór ruchomych obrazów, przeważnie z towarzyszącym dźwiękiem” (UCHMA, 2007: 13 – medioznawca), „medium transmisyjne” (BAUER, 2009: 85 – komunikolog).

W niniejszym opracowaniu telewizję prezentuję jako dyskurs (telewizyjny) rozważany w świetle lingwistyki dyskursu i lingwistyki mediów, zwanej inaczej mediolingwistyką.

Telewizja jako narzędzie i medium należy do świata techniki. Ewolucyjnie rzecz ujmując, telewizja zaistniała w epoce mediów analogowych. Do niej należały też inne wynalazki: telefon (1876) i radio (1896). Po niej nastąpiła w dziejach ludzkości epoka mediów cyfrowych (komputer osobisty – 1981, internet szerokopasmowy – 1989, usługa SMS – 1992, telefon dotykowy – 2007), zwana też protoelektroniczną (ONG, 1992), przez Steve’a Mizracha zaś telepiśmienną. Przed telewizją istniały w kolejności cofającej: epoka czasopiśmiennictwa (II połowa XIX wieku), druku przemysłowego (XVIII wiek), typograficzna (od 1450 roku), cyrograficzna (od 1500 roku p.n.e.) i oralna. Ten porządek chronologiczny odzwierciedla postęp cywilizacyjny człowieka dokumentowany kolejnymi wynalazkami. Tu więc telewizja jest nadajnikiem i przekaznikiem treści audiowizualnej. Jest urządzeniem pomyślanym do tych czynności i tak wykorzystywanym.

Dyskurs telewizyjny należy zaś do kultury, jest więc znakowy, transmisyjny, przechowujący zwyczaje wspólnoty dyskursywnej. W nim uobecnia się Tatarkiewiczowska konstatacja: „kultura dotyczy ludzi żyjących jednocześnie

i blisko siebie”. W historii kultury razem z epokami cywilizacyjnymi wyznaczyć można przypisane im dominujące sfery znakowe. Epoka oralna zdominowana jest przez słowo mówione/słyszane, które tworzy sonosferę, ale równocześnie doświadczaną okiem ikonosferę, epoka piśmienna – przez słowo pisane/czytane, które uczestniczy w tworzeniu logosfery, w epoce druku dominuje grafosfera dzięki ruchomej czcionce. Następne epoki kumulują wszystkie systemy znakowe znane kulturze, a komunikacja przebiega w hipersferze (DEBRAY, 2010). Kolejne wynalazki zwiększały udział poszczególnych sfer w komunikacji. Radio wymaga od słuchacza obecności głównie w sonosferze, prasa jest ważnym elementem logosfery i ikonosfery, internet ma tę niespotykaną możliwość, że w jednym urządzeniu pozwala na przełączanie sfer i mediów. Tak też znakowo, więc dyskursywnie ujęta telewizja może być przedmiotem badań mediologii (DEBRAY, 2010), która jest nauką społeczną ze wszech miar, ponieważ interesują ją procesy i zdarzenia wykonywane grupowo, społecznie, w zbiorowości, także dalej efekty tych zachowań i procesów, por. „analiza mediologiczna zaleca i podporządkowuje szkołę nauczaniu, muzeum ekspozycji, bibliotekę lekturze, warsztat terminowaniu, laboratorium badaniom, kościół kultowi” (DEBRAY, 2010: 12).

Zaciekawienie badawcze dyskursywną postacią telewizji powstało też na bazie paradoksu. Pesymiści – tacy jak Theodor Adorno – sądzą, że technologiczna forma telewizji sterylizuje rzeczywistość, co oznacza, że oddala ból, oddala radość, tworzy intymny dystans. Tymczasem wizja optymistyczna czy też utopijna (Marshalla McLuhana, Roberta Mertona czy Émile’a Durkheima) zawiera przekonanie o wspólnotowym celebrowaniu. Generuje ona jednoczącą funkcję użytkowania i wytwarza więź społeczną. Konfrontacja tego paradoksu z dyskursem telewizyjnym i jego parametrami stała się swego rodzaju celem badawczym.

Proponuję zatem Czytelnikowi wyprawę uczestniczącą po ścieżkach wyznaczonych przez reguły i prawa współczesnego dyskursu telewizyjnego obserwowanego z pozycji lingwistyki dyskursu i mediów. Mam nadzieję, że ta perspektywa – inna niż punkty widzenia badaczy reprezentujących wspomniane w pierwszym zdaniu profesje – przyniesie nowe dane, obserwacje, refleksje i w nowym profilu ukaże wybrany przeze mnie obiekt badawczy. Tomasz Goban-Klas określa zachowania i praktyki dyskursywne uczestników mianem „zajęć medialnych”, uważa, że „stanowią istotny element życia społecznego” (GOBAN-KLAS, 2008 (2002): 207) – także z tego powodu uznałam, że warto telewizję poddawać obserwacji z różnych metodologicznych punktów widzenia. Chcę w jeden z nich się wpisać.

Redakcja: Katarzyna Wyrwas
Projekt okładki: Magdalena Starzyk
Projekt typograficzny i łamanie: Aleksandra Kielkowska
Współpraca: Tomasz Kielkowski

Copyright © 2018 by
Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego
Wszelkie prawa zastrzeżone

ISSN 0208-6336

ISBN 978-83-226-3544-5
(wersja drukowana)

ISBN 978-83-226-3545-2
(wersja elektroniczna)

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

Wydanie I. Ark. druk. 12,0. Ark. wyd. 12,0.
Papier Sora Matt Arte 100 g, Cena 30 zł (+VAT)

Druk i oprawa: Volumina.pl Daniel Krzanowski
ul. Księcia Witolda 7-9, 71-063 Szczecin