

Aleksandra Kalisz

Telewizja tematyczna w obliczu nowych mediów

Postscriptum Polonistyczne nr 2(14), 279-290

2014

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej bazhum.muzhp.pl, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

ALEKSANDRA KALISZ
Uniwersytet Śląski
Katowice

Telewizja tematyczna w obliczu nowych mediów

Czy telewizja została lub zostanie przewyciężona? Zaledwie pięćdziesiąt lat po tym, jak się pojawiła, (...) została uznana za zjawisko należące do przeszłości. Nowe granice wyznacza Internet i cyberprzestrzeń, (...) słowem na porządku dziennym jest dygitalizacja.

(Sartori 2007, 30)

Nowe technologie z niebywałą szybkością wkroczyły w nasze życie, podnosząc jego standard, ułatwiając wykonywanie codziennych obowiązków. „Nowe” przekroczyło granice prywatności, przyjęło postać *homo superior*, w sposób intuicyjny dopasowując się do naszych potrzeb, proponując nam inteligentne rozwiązania wszędzie tam, gdzie jeszcze kilkanaście lat temu zdani byliśmy tylko na siebie. Nawet nie spostrzegliśmy, jak zależny stał się świat od komputera czy telefonu komórkowego z dostępem do internetu.

Do niedawna to telewizja zajmowała pozycję centralną względem pozostałych środków masowego przekazu, będąc przede wszystkim nośnikiem szeroko rozumianej rozrywki. Dziś na prowadzenie zdaje się wysuwać internet, określany mianem nowego medium, stapiający prasę, radio i telewizję w jedno (Szpunar 2008, 35).

W teorii mediów nie ma jednoznacznego stanowiska co do tego, czym właściwie są nowe media. Z jednej strony uważa się, że wyznacznikiem ich powstania stała się telewizja, a one same są technikami pozyskiwania, przetwarzania i transmisji danych wprowadzonymi do obiegu później niż tradycyjna telewizja. Z drugiej mówi się, że przy próbie klasyfikacji należy stosować kryterium nośnika i interaktywności, wskazując równocześnie na to, że nowe media pozwalają na pełniejsze i nietradycyjne, tj. wymagające aktyw-

nego udziału odbiorcy, wykorzystanie urządzeń elektronicznych (Szpunar 2008, 33). W takim rozumieniu telewizja nie będzie traktowana jako nowe medium. Warto jednak powtórzyć za Zbigniewem Bauerem, że „nowe media to [także] media stare (czyli analogowe) przekształcone w postać cyfrową” (Bauer 2009, 127).

Telewizja bowiem zmienia się nieustannie na naszych oczach i nie sposób przejść obok tych zmian zupełnie obojętnie. Niebawem możliwości technologiczne pozwoliły umieścić to medium w urządzeniach niewielkich rozmiarów i odbierać pożądaną obraz w dowolnym miejscu na ziemi bez żadnych ograniczeń czasowych. W ten sposób za sprawą szeroko pojętej technicyzacji zrodziła się zupełnie nowa kultura oglądania telewizji. Widz nie tylko zrezygnował ze stadnego przebywania w zasięgu tego medium, ale przede wszystkim znacznie się zindywidualizował, akcentując w sposób wyraźny swoje potrzeby, naginając czas antenowy do swojego trybu życia.

Niemalą rolę w stopniowej przemianie mentalności odbiorczej odgrywają tendencje globalizacyjne. Telewizja nie tylko bowiem daje swojemu odbiorcy pewnego rodzaju stabilizację za sprawą ukazywanego w niej lokalnego obrazu świata, ale również staje się czynnikiem współtworzącym nowe poczucie globalnej mobilności w przestrzeni geograficznej i społecznej (Bell 1994, 114).

W ten oto sposób stacje telewizyjne zdają się wychodzić naprzeciw oczekiwaniom swoich odbiorców, nie tylko regularnie odświeżając swoje ramówki, ale także organizując w taki sposób przestrzeń tego medium, by znalazły się w nim, oprócz ogólnotematycznych kanałów, kanały znacznie bardziej skonkretyzowane. Widzowie mogą więc w tak zorganizowanej przestrzeni wybierać te programy, które znajdują się w kręgu ich zainteresowania. Efektem wyodrębnienia telewizji tematycznych spośród kanałów ogólnych jest coraz bardziej widoczne rozproszenie odbiorców, co już w latach 70. XX w. zaobserwował Alvin Toffler w odniesieniu do prasy i radia, wysuwając hipotezę o odmasowieniu środków masowego przekazu (Toffler 2006).

Niniejszy artykuł jest próbą ustalenia tego, czym właściwie jest telewizja tematyczna, co oferuje odbiorcy w ramach swojego czasu antenowego i w jakim stopniu prezentowane treści odróżniają ją od stacji ogólnotematycznej, w tym przypadku stacji matki. Weryfikacji zostanie poddana ramówka dwóch wybranych stacji telewizyjnych, co pozwoli nie tylko na wgląd w ich budowę genologiczną, ale również umożliwi dokonanie analizy stylu, tematu i rodzaju tekstu, jakim posługuje się zasygnalizowana już w tytule telewizja tematyczna.

Poszukując materiału badawczego, kierowałam się kryterium oglądalności wybranej przez siebie stacji telewizyjnej. Wśród telewizji komercyjnych wy-

móg ten spełniała stacja TVN¹. Spośród wielu oferowanych przez nią kanałów tematycznych: TVN 7, TTV, TVN24, TVN24 Biznes i Świat, TVN Me-teo, TVN Turbo, TVN Style, iTVN, Mango 24 oraz NTL Radomsko, wybrałam TVN Style. O wyborze zdecydowała już nie tyle kwestia oglądalności², co względy tematyczne, gdyż na różnorodności poruszanych tematów zależało mi najbardziej.

Stacja TVN, zgodnie z informacjami zamieszczonymi na oficjalnej stronie internetowej³, dzieli swoje programy według czterech kategorii: seriale, rozrywkowe, magazyny oraz inne programy. Wprowadzony porządek nie uwzględnia podziału genologicznego prezentowanych programów. Mamy tu raczej do czynienia z pewnym zbiorem, który ułatwia odbiorcom odnalezienie konkretnego programu w sieci, tak by mogli w dowolnej chwili obejrzeć jego zwiastun czy odcinek, który umknął ich uwadze w telewizji bądź też dopiero będzie miał w niej swoją premierę. Proponowane kategorie zawierają też programy niewchodzące w skład ramówki stacji. Stanowią one bowiem repertuar programowy kanałów tematycznych telewizji TVN, których obecność w tym miejscu przynosi obopólną korzyść. Służy nie tylko promowaniu produktów poszczególnych córek, ale także w razie ich wysokiej oglądalności gwarantuje sukces samej telewizji matce. To zagadnienie nieco szerzej przybliżę w dalszej części tego artykułu.

Dokonując analizy aktualnej ramówki TVN, można wydzielić następujące gatunki telewizyjne: film fabularny, poradnik (np. „Perfekcyjna pani domu”, „Maja w ogrodzie”), reality show (np. „Kto poślubi mojego syna?”), reportaż (np. „Kobieta na krańcu świata”, „Uwaga!”), serwis wiadomości („Fakty TVN”), pogodę („Pogoda TVN”), sport („Sport TVN”), serial fabularny (np. „Lekarze”, „Na Wspólnej”), serial fabularno-dokumentalny (np. „Detektywi”), serial paradokmalny (np. „Szkoła”, „Ukryta prawda”), relacje („Co za tydzień”), talk-show (np. „Rozmowy w toku”, „Kuba Wojewódzki”), teleturniej (np. „Mam talent”, „MasterChef”), teleturniej interaktywnej (np. „Sekrety magii”), telewizję śniadaniową („Dzień dobry TVN”) oraz te-

¹ Ranking najpopularniejszych stacji telewizyjnych: www.krrit.gov.pl/Data/Files/_public/pliki/publikacje/raporty/kontrola-nadawcow/wyniki-badan/rynek-telewizyjny-w-i-kwartale-2014.pdf, [dostęp 16.11.2014].

² Według raportu KRRiT z pierwszego kwartału 2014 r. to druga pod względem oglądalności telewizja tematyczna stacji TVN (www.krrit.gov.pl/Data/Files/_public/pliki/publikacje/raporty/kontrola-nadawcow/wyniki-badan/rynek-telewizyjny-w-i-kwartale-2014.pdf, [dostęp 16.11.2014]).

³ <http://www.tvn.pl>, [dostęp 16.11.2014].

lezakupy (np. „Mango”). Do wymienionych gatunków należałoby także dodać parateksty, które szerzej omawia Iwona Loewe w książce *Gatunki paratekstowe w komunikacji medialnej*. Są one niekwestionowanym dowodem na to, że telewizja nieustannie mówi nam o sobie, wykorzystując do tego celu zabawę, zapowiedź autorską, flesz i niezwykle popularny w ostatnich latach spot stacji. Parateksty przenikają właściwe programy telewizyjne (pojawiają się m.in. w trakcie nadawanego widowiska w postaci banerów informujących o emisji kolejnego programu), ułatwiając widzowi dokonanie wyboru nie tylko tego, co może w danym momencie oglądać, ale również, gdzie ma po to sięgnąć, jeszcze zanim stacja wyemituje to w telewizji. Wydzielone gatunki telewizyjne coraz częściej przyjmują formę hybrydyczną. Wystarczy przyjrzeć się telewizji śniadaniowej reprezentowanej przez poranny magazyn „Dzień dobry TVN”, by móc się przekonać, że mamy do czynienia z formą, która zrzesza pod wspólną nazwą wiele gatunków, poczynając od serwisu wiadomości, a kończąc na szeroko rozumianym poradniku. O ile jednak magazyn „Dzień dobry TVN” jesteśmy w stanie przyporządkować do konkretnego gatunku telewizyjnego, o tyle w przypadku takich programów, jak: „Perfekcyjna pani domu”, „Ugotowani” czy „Na językach” zadanie to jest znacznie bardziej utrudnione. Mimo że pierwsze dwa magazyny zostały przeze mnie uznane za poradniki, oprócz typowych dla tego gatunku elementów noszą także znamiona rywalizacji. Uczestnicy są bowiem nie tylko poddawani testom, ale przede wszystkim walczą między sobą o cenne nagrody i tytuł „mistrza” danego odcinka, co jest typową cechą teleturniejów. Ten gatunek z kolei na przestrzeni lat także ulegał znacznym modyfikacjom. W omawianej stacji nie tylko przybiera postać talent show, ale pojawiając się w parze z przydawką „interaktywny”, wyraźnie odbiega od swojego wzorca kanonicznego, wskazując na znaczącą rolę widza, bez którego interaktywności program nie mógłby istnieć. Przywoływany magazyn „Na językach” również nie jest jednorodny gatunkowo. W jednym programie możemy doszukać się zarówno dyskusji, reportażu czy przeglądu prasy, jak i plotki – gatunku mowy, który przenikając pozostałe formy, w wyraźny sposób oddziałuje na tematykę magazynu.

Dysponując analizą ramówki stacji matki, z łatwością przyjdzie nam wydzielenie gatunków wchodzących w skład wybranej stacji tematycznej, zwłaszcza że, jak się okazuje, wiele z prezentowanych tu programów emitowanych jest także w TVN. Aktualnie telewizja TVN Style posiada w swojej ramówce: dyskusje (np. „Miasto kobiet”), poradniki (np. „Perfekcyjna pani domu”, „Stylowe rewolucje Goka”, „Pyszne 25”, „Inspektorzy od żywności”),

„Gordon Ramsay: we własnej kuchni”, „Wiem, co jem”, „Wiem, co jem i co kupuję”, „Kuchenne rewolucje”, „Na noże”, „Pani Gadżet”, „Ostre cięcie”, „Idealna niania”, „Maja w ogrodzie”, „Dorota was urządzi!”), przegląd prasy (np. „Magiel towarzyski”), reality show (np. „Polowanie na synową”), relacje (np. „Co za tydzień”), reportaże (np. „Pascal po polsku”, „Kobieta na krańcu świata”), seriale dokumentalne (np. „W szponach obsesji”, „Szpital dziecięcy w Dublinie”, „Za grubo, by latać”, „W obliczu prostytutki”, „Szkoła pod obserwacją”, „Uliczny szpital”) oraz wywiady (np. „W roli głównej...”). W analizowanej stacji można także wydzielić programy, których przyporządkowanie do konkretnego gatunku telewizyjnego przysparza wielu trudności, co tylko potwierdza panujące we współczesnej telewizji tendencje do stapiania się znanych gatunków w formy hybrydyczne. Wśród programów nadawanych przez TVN Style znalazły się „Klinika urody” i „Życie bez wstydu”. Prezentowane magazyny łączą w sobie serial dokumentalny z relacją. Każdy odcinek opowiada bowiem historię kilku bohaterów, którzy za pomocą operacji plastycznej pragną zmienić swoje życie. Elementy relacji pojawiają się w momencie, gdy widz staje się naocznym świadkiem tych metamorfoz. Inną kolekcję tworzy „Stylowy magazyn”, który oprócz wywiadu i relacji zawiera także przegląd prasy.

Spśród czterdziestu programów oferowanych przez stację znaczną część jej ramówki (40%) zajmują poradniki. W stosunku do lat ubiegłych wzrosła liczba seriali dokumentalnych, stanowiąc jedną czwartą zebranego materiału (Loewe 2013, 253). Telewizja podlega więc ciągłym zmianom, co pokazuje prezentowana dwa razy do roku ramówka stacji, w której raz po raz pojawiają się programy zupełnie nowe, a inne schodzą z anteny, by powrócić w kolejnym sezonie w zupełnie nowym wydaniu. Znaczną część emitowanych programów zajmują produkcje zagraniczne. Na tle magazynów obcojęzycznych wyraźnie odznaczają się seriale dokumentalne (80%). Telewizja tematyczna dodatkowo wypełnia swoją ramówkę programami powstającymi na licencji innych zagranicznych produkcji („Perfekcyjna pani domu”, „Kuchenne rewolucje”, „Idealna niania”) bądź też inspirowanymi ich fabułą („Sablewski sposób na modę”). Wszystko po to, by przekazać widzowi lokalny obraz świata z uwzględnieniem tendencji zachodniego rynku. Na podobnych zasadach opiera się działanie analizowanej wcześniej stacji TVN. Częściej jednak wykorzystuje programy realizowane na licencji zagranicznych produkcji („Mam talent!”, „MasterChef”), tym samym propagując programy polskojęzyczne. Wiele spośród nadawanych przez obie stacje magazynów, mimo udziału obcojęzycznych bohaterów, wykorzystuje w celach komuni-

kacyjnych język ojczysty („Rozmowy w toku”, „Kobieta na krańcu świata”, „Stylowe rewolucje Goka”). I choć mamy do czynienia z odpowiednio zmontowanym materiałem, zabieg ten daje widzowi poczucie zatarcia językowych granic między uczestnikami toczącej się rozmowy.

Zaprezentowane stacje odsłaniają przed swoim widzom bogaty wachlarz gatunków. Mimo zachodzących zmian w ramówce wybranych kanałów zarówno telewizję TVN, jak i TVN Style cechuje stałość gatunkowa. Pomiedzy tradycyjnymi formami genologicznymi pojawiają się jednak postacie hybrydyczne. W każdej analizowanej telewizji można znaleźć konstrukcje wykorzystujące kilka gatunków stopionych ze sobą w całość, cechującą się ramą delimitacyjną, wspólną nazwą oraz określoną zasadą kompozycyjną (Wojtak 2006, 144–152). Każda stacja w podobny sposób korzysta z gatunków paratekstowych. Każda emituje programy, w których mówi sama o sobie. TVN Style swój wybór gatunkowy zogniskowała głównie wokół poradników i seriali dokumentalnych. Telewizja nie tylko udziela więc kompleksowych porad z zakresu zdrowia i urody, ale dotyka też wielu problemów społecznych, otwierając widzowi oczy na to, co osobliwe czy przygniecione ciężarem tabu. Prezentowany obraz świata walczy ze stereotypami, sprzeciwia się powierzchownemu spojrzeniu na otaczającą nas rzeczywistość. Bywa, że programy na co dzień emitowane w stacji tematycznej znajdują swoje miejsce także w ramówce stacji matki. Takie posunięcie jest wynikiem wysokiej oglądalności danego magazynu, co owocuje przyciągnięciem większej liczby widzów do stacji ogólnotematycznej. Zabieg ten wykonywany jest również w drugą stronę, kiedy to programy emitowane przez stację matkę nie budzą większego zainteresowania wśród jej widzów. Ramówka stacji TVN w dużej mierze składa się z seriali. Ten niejednorodny gatunek nie tylko służy szeroko pojętej rozrywce, ale ma także walor edukacyjny. Pokazuje odbiorcy aktualne problemy społeczne, podsuwając jednocześnie sposoby skutecznego radzenia sobie z nimi („Szkoła”, „Ukryta prawda”). Współczesna telewizja robi wszystko, by zapewnić swojemu widzowi jak najwięcej atrakcji podczas oglądania poszczególnych widowisk. Rozrywkowego charakteru nabierają takie gatunki, którym do niedawna przypisywało się cechę *information* („Fakty TVN”, „Pogoda TVN”), dziś coraz częściej rządzi nimi *infotainment*.

Każdy program tworzący ramówkę omawianej tu telewizji ma swoją określoną strukturę. Ów tekst (przy złożeniu, że widowisko telewizyjne jest tekstem) mieści się w pewnych granicach, w tzw. ramie tekstu, na którą składają się: czołówka programu, jego tytuł, metateksty, formuły początku (np.

„Dobry wieczór państwu”, „Witam państwa bardzo serdecznie”) i końca („Żegnaj się z państwem”, „Do zobaczenia za tydzień o tej samej porze”) oraz zapowiedź kolejnego odcinka. Wymienione komponenty stanowią właściwy wskaźnik delimitacji. Do jej elementów wtórnych zaliczymy: zapowiedź poruszanej tematyki czy też zbliżającego się bloku reklamowego oraz zaproszenie na następny program.

Przywołana w pierwszej kolejności czołówka, jak zauważa Maciej Mrozowski, jest czymś więcej niż tylko zapowiedzią rozpoczynającego się magazynu. To swoistego rodzaju znak identyfikacyjny, sygnał wywoławczy, który przynosi widza w głębsze struktury programu (Mrozowski 2009, 29). Czołówki programów nadawanych tak przez stację TVN, jak i TVN Style nie tylko informują widza o charakterze rozpoczynającego się magazynu, ale również przywołują jego myśl przewodnią. Za przykład niech posłuży czołówka programu „Miasto kobiet”, emitowanego w wybranej stacji tematycznej. Ten dynamiczny obraz w ciągu trzydziestu sekund wprowadza widza w świat widziany z perspektywy kobiet. Przewodniczkami po nim są dwie prowadzące, które spotykają się w punkcie kulminacyjnym czołówki, by zasiąść do wspólnej rozmowy. W ten oto sposób odbiorca otrzymuje sygnał o tym, że rozpoczynający się magazyn w całości zanurzony jest w rozmowie. Tematykę programu także wyraźnie określa czołówka innej produkcji stacji TVN Style. „Magiel towarzyski” to nietypowy przegląd prasy, który już na wstępie informuje widza o tym, że przygotowana przez prowadzącą prasówka koncentrować się będzie wokół tematów z pierwszych stron tabloidów. Wartość prezentowanych tu informacji wyraźnie odbiega od tych, które prezentuje wzorzec kanoniczny tego gatunku (Loewe 2013, 254). Czołówka może uwydatniać również najważniejsze atrybuty danego widowiska telewizyjnego. Przykładem może być pojawiająca się w stacji TVN telewizja śniadaniowa. Typowymi elementami świadczącymi o ponadnarodowym charakterze magazynu są ujęcia panoramy nowoczesnego miasta, nieustannie pojawiający się zegar – odmierzający czas emisji programu, kubek gorącej kawy, powiewające strony gazet, a także para prezenterów – pospiesznie przygotowujących się do prowadzenia porannego programu (zob. Kalisz w druku).

Wewnątrz tak zarysowanej struktury realizowane są trzy typy wypowiedzi: monolog, dialog i polilog. Stopień ich wykorzystania zależy od gatunku i konwencji danego programu telewizyjnego. W pierwszym typie wypowiedzi możemy za Katarzyną Jachimowską (2005, 18–23) wydzielić: monolog podmiotowy (mówiony), w którym nadawca mówi o sobie, swoich planach, ocenach, sądach, opiniach itp. Mówiąc o pewnej grupie osób, czyni to jako

jej przedstawiciel. Tę formę wypowiedzi odnajdziemy m.in. w proponowanym przez obie telewizje cyklu reportaży Martynty Wojciechowskiej „Kobieta na krańcu świata”:

Martyna Wojciechowska: Szanuję wszystkie obce kultury. Rozumiem też, że sprzedaż dziewictwa córek jest dla Kalajdźów częścią tradycji, którą próbują uchronić, ale dla mnie jako kobiety, która ponad wszystko ceni wolność, to rzecz trudna do zaakceptowania. I tak patrzę na to młode pokolenie i coś mi się wydaje, że już nie będą przestrzegać tych zasad („Kobieta na krańcu świata”, 5.10.2014).

Innym rodzajem tej formy podawczej jest monolog przedmiotowy, w którym nadawca pełni rolę pośrednika między rzeczywistością, o której informuje, a odbiorcami. Przykładem takiej wypowiedzi może być pojawiająca się w telewizji śniadaniowej zapowiedź, która nie tylko wprowadza odbiorcę w tematykę danego odcinka, ale również nawiązuje do sytuacji panującej w telewizyjnym studiu bądź też poza nim:

Marcin Prokop: Drodzy Państwo, za oknami zima. Termometry wskazują pięć kresek poniżej zera, mam jednak nadzieję, że panująca za oknami pogoda nie przeszkodzi Państwu mile spędzić czas w naszym towarzystwie. Jest poniedziałek 8.30, wita Państwa Dorota Wellman i Marcin Prokop we własnej osobie. (...) Dziś w programie chcemy przyjrzeć się, jak wygląda życie sportowca, którego ciało jest często katorowane do granic możliwości. Żeby osiągnąć mistrzostwo, trzeba dać z siebie bardzo dużo. Dzisiaj trójka sportowców, którzy opowiedzą nam (w kontekście Justyny Kowalczyk) o tym, co oznacza kontuzja w przypadku wyczynowca, jak się ją leczy, no i czym może potem grozić („Dzień dobry TVN”, 6.01.2012).

Oprócz funkcji informatywnej, jaką pełni ten typ wypowiedzi, uwydatnia się tu także funkcja fatyczna poprzez nagromadzenie zwrotów adresatywnych.

Coraz częściej w analizowanych stacjach miejsce dialogu zajmuje inny typ wypowiedzi – polilog. Choć nie oznacza to zupełnego wyparcia tego pierwszego, pokazuje pewne tendencje panujące we współczesnej telewizji. Dzieje się tak dlatego, że wzrasta liczba uczestników rozmowy odbywającej się w danym magazynie. Nierzadki widok stanowi para prowadzących, do której dołączają kolejno zaproszeni goście. Polilog to bowiem sytuacja komunikacyjna, w której bierze udział minimum trzech rozmówców. Każdy z nich w ramach tego przekazu może realizować własne cele. Tekst narasta wielo-

wątkowo w drodze licznych nawiązań, co powoduje, że niektóre repliki mogą być zrozumiałe tylko w kontekście całości (Jachimowska 2005, 36). Prowadzona rozmowa zmienia więc swój charakter. Wyrwykowe przepytanie gości ustępuje naturalnej konwersacji, w której dochodzi czasem do wyraźnej zamiany ról. Przykładem programów wykorzystujących ten typ wypowiedzi jest przede wszystkim wspomniane wcześniej „Dzień dobry TVN” oraz „Miasto kobiet”.

Dopelnieniem tekstu telewizyjnego są również coraz silniej wyeksponowane banery. Te ruchome albo statyczne parateksty występują w każdym programie, nie tylko pełniąc funkcję informatywną („Program zawiera lokowanie produktów”, „Za chwilę »Magiel towarzyski«”), ale przede wszystkim perswazyjną, zachęcając do obejrzenia kolejnego odcinka, odsyłając widza do innej rodzimej stacji, a nawet innego medium. Od charakteru telewizji tematycznej zależy też stopień natężenia banerów. I tak TVN Style będzie je wyświetlać z mniejszą częstotliwością niż inna stacja córka – TVN24. Nie ulega jednak wątpliwości, że pojawiające się parateksty uwypuklają prezentowany obraz, co czyni go w oczach współczesnego widza, wychowanego na filmach 3D, jeszcze bardziej atrakcyjnym. Trudności nie nastęrcza mu bowiem jednoczesne rozkodowywanie pojawiających się sygnałów. Wręcz przeciwnie, pozbawiony określonej dawki bodźców może odczuwać znużenie.

Jak zauważa Teun van Dijk, tematy są kluczową kwestią dla tekstów i wypowiedzi. Określają jedność dyskursu i zazwyczaj stanowią tę informację, którą najlepiej zapamiętujemy z całego tekstu (Poprawa 2009, 25). W tym miejscu warto więc sobie zadać pytanie, czym właściwie jest telewizja tematyczna i do kogo są kierowane pojawiające się w niej programy?

Z pomocą przychodzi nam oficjalna strona internetowa stacji⁴, z której dowiadujemy się, że jest to kanał współczesnych kobiet, o wszechstronnej tematyce, obejmującej najważniejsze obszary ich życia. O tym, że TVN Style tworzone jest z myślą o kobietach, świadczy również charakter wypowiedzi prezenterek poszczególnych programów. Nagromadzone w wielu magazynach zwroty adresatywne sygnalizują, że to właśnie kobiety stanowią grupę docelową tej stacji: „Będziesz zadowolona z osiągniętych efektów”, „Jeśli nie robiłaś tego jeszcze, musisz koniecznie spróbować”. Oferowane programy, jak wykazała analiza ramówki, bazują na polskich produkcjach wzbogaconych o produkcje zagraniczne. Przy ich wyborze nie tylko brane są pod

⁴ <http://www.tvnstyle.pl>, [dostęp 16.11.2014].

uwagę potrzeby polskich widzów, ale również uwzględniana jest ich mentalność. Nie oznacza to jednak, że stacja stroni od tematów kontrowersyjnych, często przekraczających sferę tabu. Porusza bowiem sprawy dotyczące niekiedy ludzkich dramatów, wykorzystując do tego celu zagraniczne seriale dokumentalne. Stacja oprócz misji osławiania Polek z wielopłaszczyznową rzeczywistością pełni także funkcję doradcy. Nagromadzone tu poradniki stają się przewodnikami po świecie mody, zdrowia i urody, tym samym czyniąc swoją adresatkę jeszcze bardziej nowoczesną („Pani gadżet”), świadomą swojej wartości („Sablewskiej sposób na modę”), jednym słowem – perfekcyjną („Perfekcyjna pani domu”). Telewizji tematycznej przyświeca więc motyw przewodni i cel, który stara się konsekwentnie realizować. W przeciwieństwie do stacji ogólnotematycznej ma sprecyzowanego odbiorcę, któremu nie tylko poświęca całą ramówkę, ale także zabiega o niego wszelkimi możliwymi sposobami.

A co ze stylem omawianej tu stacji tematycznej? Kierując się wypowiedziami samej telewizji (wszak to TVN Style), możemy przypuszczać, że reprezentuje ona mnogość stylów nie tylko ze względu na pojawiające się w niej gatunki telewizyjne, ale także przypisane do nich programy. Na formę, jaką przybiera każdy emitowany tu magazyn, mają wpływ: prowadzący, zaproszeni do studia goście (jeśli wymaga tego konwencja programu) oraz tematyka poruszana w obrębie jego cyklu. Inny styl przybierze wywiad prowadzony przez Magdę Molek z Piotrem Najsztubem, a inaczej zostanie pokierowana rozmowa Doroty Wellman i Pauliny Młynarskiej z zaproszonymi do studia osobami, które po raz pierwszy staną przed telewizyjną kamerą. Obie rozmowy będą utrzymywane w neutralnym rejestrze języka potocznego. W drugim przypadku jednak znacznie częściej będzie dochodziło do wykorzystania słownictwa z rejestru emocjonalnego, a to za sprawą zaproszonych do programu gości. Mimo że znakomita większość przygotowanych programów opiera się na języku wtórnie mówionym, każdy taki magazyn pozwala wyróżnić pewien styl osobniczy poszczególnych prowadzących. Konwencja programu wpływa również na rolę, jaką w danym momencie pełni ów prezenter. W zależności od gatunku telewizyjnego, w jakim został usytuowany dany magazyn, może on przybrać postać: doradcy, słuchacza, sprawozdawcy czy opiniootwórcy.

Panująca moda na odmasowienie środków masowego przekazu trwa nieprzerwanie od lat 70. ubiegłego wieku. Z niebywałą szybkością dotarła także do telewizji, przyczyniając się do jej rozproszenia. Jednak ten swoistego rodzaju rozpad na poszczególne telewizje tematyczne paradoksalnie umocnił

pozycję telewizji matki, skupiając wokół jej wytworów liczną grupę odbiorców. Analiza dwóch stacji telewizyjnych wykazała bowiem wysoki stopień ich współzależności, czego przykładem jest nie tylko płynne przechodzenie poszczególnych programów z jednej stacji do drugiej, proponowany przez poszczególne magazyny obraz świata, ale także wyzierający niemal na każdym kroku autotematyzm.

Omawiana tu szerzej telewizja tematyczna stanowi precyzyjny komunikat, kierowany do konkretnego odbiorcy. Niewymagane jest, by musiała sprostać oczekiwaniom wszystkich odbiorców, skupia się bowiem na kobiecie i to właśnie do niej mówi wybranymi przez siebie gatunkami. Nie oznacza to, że styl czy tekst, jaki wykorzystuje do tego celu, znacznie różni się od tego, który pojawia się w telewizji TVN. Z pewnością na ich stopień zróżnicowania ma wpływ proponowana przez stacje tematyka. Ta z kolei w dużym stopniu oscyluje wokół rozmowy, co sprzyja wykorzystywaniu polilogu z udziałem zaproszonych do studia gości.

W obliczu tego, co oferują nam nowe technologie, telewizja znalazła sposób na utrzymanie swojej pozycji w przestrzeni mediów tak wyraźnie zagarnianej przez internet. Podzieliła się tematycznie, wychodząc naprzeciw oczekiwaniom współczesnego widza. Pozostała jednakowoż w obrębie swojej macierzy, będąc niejako na jej usługach, oferując swoje wsparcie celem wspólnego budowania pozycji na rynku telewizyjnym.

Literatura

- Bauer Z., 2009, *Dziennikarstwo wobec nowych mediów*, Kraków.
- Bell D., 1994, *Kulturowe sprzeczności kapitalizmu*, przeł. Amsterdamski S., Warszawa.
- Kalisz A., *Telewizja śniadaniowa gatunkiem ponad narodami? Analiza porównawcza dwóch europejskich wydań programu*, w druku.
- Loewe I., 2007, *Gatunki paratekstowe w komunikacji medialnej*, Katowice.
- Loewe I., 2013, *Między determinacją a wyborem w dyskursie telewizyjnym, czyli od TVP Kultura do TVN Style*, w: „Stylistyka” XXII.
- Mrozowski M., 2009, *Telewizyjne programy informacyjne – polskie i zagraniczne (analiza porównawcza)*, w: „Studia Medioznawcze”, nr 3 (38).
- Poprawa M., 2009, *Telewizyjne debaty polityków jako przykład dyskursu publicznego*, Kraków.
- Sartori G., 1999, *Homo videns. Telewizja i postmyślenie*, przeł. Uszyński J., Warszawa.
- Szpunar M., 2008, *Czym są nowe media – próba konceptualizacji*, w: „Studia Medioznawcze”, nr 4 (35).
- Toffler A., 2006, *Trzecia fala*, przeł. Woydyłło E., Kłobukowski M., Poznań.
- Wojtak M., 2006, *Gatunek w formie kolekcji a kolekcja gatunków*, w: Krażyńska Z., Zagórski Z., red., *Poznańskie spotkania językoznawcze*, t. 15, Poznań.

Netografia

www.krrit.gov.pl/Data/Files/_public/pliki/publikacje/raporty/kontrola-nadawcow-wyniki-badan/rynek-telewizyjny-w-i-kwartale-2014.pdf, [dostęp 16.11.2014].

<http://www.tvn.pl>, [dostęp 16.11.2014].

<http://www.tvnstyle.pl>, [dostęp 16.11.2014].

Thematic television and new media

The article describes two television channels: a general one (TVN) and its thematic variation (TVN Style) in the context of transformations observed in the genological and discursive character of television itself. Analysis of the programme schedules of both TV channels reveals a tendency to create specific genres, it distinguishes certain types of speech that appear in both channels and presents the style of some magazines. Such presentation leads to certain conclusions on the essence of thematic television and the task it is to fulfil.

Keywords: thematic television, new media, television genres, television discourse