

**UNIWERSYTET GDAŃSKI
WYDZIAŁ FILOLOGICZNY**

Weronika Izabela Metlenga

Kierunek studiów: Filologiczne Studia Doktoranckie

Dyscyplina: Językoznawstwo

**Kształtowanie systemu aksjologicznego przez media
Studium porównawcze amerykańskich i szwedzkich
programów telewizji porannej**

Rozprawa doktorska
wykonana pod kierunkiem
prof. dr hab. Jolanty Maćkiewicz oraz dr Marty Grzechnik

GDAŃSK 2023

SPIS TREŚCI

WSTĘP	4
 ROZDZIAŁ I	
KONSTRUKTYWIZM JAKO TEORIA KOMUNIKACJI I MEDIÓW	11
1.1. Czym jest konstruktywizm komunikacyjny?.....	11
1.2. Geneza i źródła konstruktywizmu komunikacyjnego.....	18
1.3. Medialne konstruowanie wiedzy o świecie.....	24
1.4. Językowy obraz świata.....	35
1.5. Medialna wizja świata.....	39
 ROZDZIAŁ II	
WARTOŚCI W MEDIACH	48
2.1. Czym jest wartość? Rodzaje wartości.....	48
2.2. Wartości w języku.....	55
2.3. Jak media wyrażają wartości.....	59
2.4. Badanie wartości w programach telewizyjnych.....	69
 ROZDZIAŁ III	
AMERYKAŃSKA I SZWEDZKA TELEWIZJA PORANNA	73
3.1. Telewizja poranna czy śniadaniowa? Problemy z nazwą gatunku.....	74
3.2. Telewizja internetowa a telewizja w internecie – rozróżnienie.....	76
3.3. Specyfika telewizji śniadaniowej.....	80
3.4. NBC, SVT i TV4 i ich programy poranne – historia i funkcje.....	89
3.4.1. Amerykański system medialny a model państwa.....	91
3.4.1.2. Stacja NBC i program <i>Today</i>	96
3.4.2. Szwedzki system medialny a model państwa.....	106

3.4.2.1. SVT i program <i>Morgonstudion</i>	117
3.4.2.2. TV4 i program <i>Nyhetsmorgon</i>	126

ROZDZIAŁ IV

ANALIZA WYBRANYCH ODCINKÓW TELEWIZYJNYCH PROGRAMÓW PORANNYCH W STANACH ZJEDNOCZONYCH I SZWECJI.....

4.1. Kryteria porządkowania wartości.....	135
4.2. Analiza wybranych odcinków <i>Today, Morgonstudion</i> oraz <i>Nyhetsmorgon</i> pod względem sposobu prezentowania w nich wartości.....	138
4.3. Wstępne podsumowanie analizy.....	293

ROZDZIAŁ V

KSZTAŁTOWANIE SYSTEMU AKSJOLOGICZNEGO PRZEZ MEDIA W PROGRAMACH PORANNYCH W USA I SZWECJI.....

5.1. Typy wartości prezentowane w <i>Today, Morgonstudion</i> oraz <i>Nyhetsmorgon</i>	297
5.2. Sposób prezentacji tematów i wartości oraz konstruowania obrazu medialnego przez <i>Today, Morgonstudion</i> i <i>Nyhetsmorgon</i> – podobieństwa i różnice.....	302
5.3. Styl zerowy a amerykańskie i szwedzkie programy poranne.....	321

ZAKOŃCZENIE.....	330
-------------------------	------------

BIBLIOGRAFIA.....	340
--------------------------	------------

SPIS ILUSTRACJI.....	372
-----------------------------	------------

WSTĘP

Ostatnie lata, tak na gruncie polskim, jak i zagranicznym, przynoszą coraz więcej badań dotyczących konstruowania obrazu rzeczywistości przez media. Powstają również prace dotyczące problemu obecnej w różnych kulturach hierarchii wartości, którą z kolei można odczytać w języku, którym posługuje się dane społeczeństwo. Pod lupę brane jest więc zarówno relatywnie nowe zagadnienie medialnej wizji świata, jak i starsze, jednak wciąż otwarte na kolejne perspektywy pojęcie samego jego językowego obrazu. Świat, w którym żyjemy, jest bowiem światem wartości, przez co na co dzień człowiek spotyka się z wartościowaniem, które jest nieodłącznym elementem obu wspomnianych kategorii lingwistyki kulturowej. Problem wartości w języku i mediach wiąże się bezpośrednio z komunikacją społeczną, która w połączeniu z kulturą danego kraju czy wspólnoty daje wielowymiarowy obraz badanego społeczeństwa. Język jest więc tak ważny w relacji z wartościami, ponieważ jest nie tylko ich nosicielem, ale przede wszystkim także samym narzędziem służącym do ich wyrażania¹.

Tak jak badania nad zagadnieniami dotyczącymi JOS² i MOS³ wykonywane są dosyć często, tak ich przykłady na samym amerykańskim i szwedzkim gruncie, a zwłaszcza te w formie kontrastującego medialne wizje tych krajów studium porównawczego, nie są popularne. Ich brak wart jest uwagi szczególnie ze względu na to, że zarówno Stany Zjednoczone jak i Szwecja to państwa silne gospodarczo oraz przodujące w temacie nowych technologii i mediów od początku ich powstania. Każde z nich może być zatem swego rodzaju wzorem do naśladowania oraz punktem odniesienia dla innych krajów, rozwijających swoje kultury medialne w znacznie wolniejszym tempie i bardziej okrojonym wymiarze. Czynniki te wpłynęły na wybór tematu niniejszej pracy.

Tematem rozprawy jest kształtowanie, a więc kreowanie, konstruowanie systemu aksjologicznego przez media. Badam je na przykładzie wybranych tematycznie odcinków amerykańskich i szwedzkich telewizyjnych programów porannych. Dzięki szerokiemu wachlarzowi wątków podejmowanych w ramach ich różnorodnych segmentów, ukazują

¹ „Język a Kultura”, t. 3: *Wartości w języku i tekście*, red. J. Puzynina, J. Anusiewicz, Wrocław 1991, s. 7

² JOS, też: JOŚ – stosowany przez językoznawców skrót od „językowy obraz świata”.

³ MOS, też: MOŚ – stosowany przez językoznawców skrót od „medialny obraz świata”.

one bowiem wielowymiarowy obraz idei, przekonań, zwyczajów czy hierarchii wartości danego społeczeństwa.

Obszarem badań są trzy programy telewizji porannej w internecie: amerykański *Today* (program komercyjnej stacji NBC) oraz szwedzkie *Morgonstudion* (program publicznej stacji SVT) i *Nyhetsmorgon* (program komercyjnej stacji TV4). W Stanach Zjednoczonych telewizja śniadaniowa nie jest emitowana w stacji publicznej (PBS), lecz w trzech komercyjnych: wspomnianej NBC (*Today*), a także ABC (*Good Morning America*) oraz CBS (*CBS This Morning*). Tym samym, należy uznać, że dla PBS taki poranny show może być zbyt trywialny, a zamiast tego w stacji emitowane są poważne programy dyskusyjno-dokumentalne (np. *Washington Week*, *Wide Angle*, czy *Frontline*). W wypadku amerykańskiej telewizji śniadaniowej do analizy wybrałam odcinki programu *Today*, ponieważ nie tylko ma on największą oglądalność z trzech wymienionych powyżej, ale jest też pierwszym programem śniadaniowym w historii, na którego podstawie powstały inne – w tym również szwedzkie – programy poranne. Pomimo że publiczna stacja telewizyjna w USA nie stworzyła swojego programu śniadaniowego, nie oznacza to, że wybranie do analizy także szwedzkiego programu telewizji publicznej nie tworzy zestawienia wartego uwagi dla badacza. Wręcz przeciwnie, warto skonstrastować go na tle dwóch pozostałych programów z kilku powodów. Po pierwsze, szwedzki program *Morgonstudion* jest kontynuacją programu *Gomorrön Sverige*, który był jednym z pierwszych europejskich programów porannych i którego inspiracją przy tworzeniu był właśnie jego amerykański pierwowzór. Po drugie, nowe założenia SVT wprowadzone w 2017 roku bezpośrednio dla *Morgonstudion*, znacząco różnią się od typowych rozwiązań charakterystycznych dla tego gatunku. Po trzecie, dzięki dodaniu do analizy *Morgonstudion* można zbadać nie tylko odrębności widoczne między dwiema różnymi kulturami (szwedzką i amerykańską), ale także te pojawiające się w obrębie tylko jednej z nich – różnice pomiędzy dwoma szwedzkimi programami są bowiem liczne i wyraźne.

Do badań wybrałam fragmenty odcinków *Today*, *Morgonstudion* i *Nyhetsmorgon* emitowanych w czasie od stycznia 2018 do grudnia 2019 roku. Wybór ten podyktowany był kilkoma czynnikami. Po pierwsze, wiązał się on z możliwością swobodnej selekcji tematów dotyczących ważnych dla USA i Szwecji wydarzeń mających miejsce w trakcie różnych miesięcy roku. Każdorazowo starałam się selekcjonować do analizy temat o

podłożu związanym z jedną lub drugą z wybranych kultur, aby odniesienia do wagi prezentowanych treści i uwidaczniających się na ich tle wartości były jeszcze bardziej wyraźne dla ich rodzimych odbiorców. Po drugie, zdublowanie tego czasu, a zatem okres nie jednego, a dwóch lat umożliwia ewentualne porównanie niektórych tematów – jeśli to konieczne, możliwe lub wskazane – w odniesieniu do ich ubiegło- lub przyszłorocznych odpowiedników. Należy przypomnieć też, że podczas badania tematu posługuję się próbą logiczną, a więc korzystam z materiału wybranego nie statystycznie, a tematycznie. Ponadto, wybraną przeze mnie formą telewizji jest nie telewizja internetowa, a telewizja w internecie, czyli taka, która ma swój odpowiednik w telewizji naziemnej. Jej internetową wersję może odbierać nie tylko w czasie oryginalnych emisji wybranych do analizy programów, lecz w dowolnym miejscu i czasie. Jest to kluczowy powód tego wyboru – wersja ta umożliwiła wykonanie niniejszych badań. Analizowane przeze mnie programy emitowane są bowiem w telewizyjnych stacjach publicznych oraz komercyjnych naziemnie jedynie na terenie Stanów Zjednoczonych i Szwecji.

Przedmiotem badań w niniejszej pracy są wszelkie zjawiska językowe i wizualne, które można zaobserwować w wybranych do analizy porannych programach telewizyjnych, gdzie konstruują medialną wizję rzeczywistości. Odbierające te przekazy społeczeństwa często kształtują bowiem na ich bazie swoją świadomość oraz tożsamość, a w tym także własne hierarchie wartości, co w dużej mierze przekłada się na ich postrzeganie świata, wyrażane poglądy i codzienne zachowanie.

Celem pracy jest przebadanie i opisanie sposobów konstruowania medialnych obrazów świata oraz ukazywanych w nich hierarchii wartości w Stanach Zjednoczonych i Szwecji. W pracy badam amerykańskie oraz szwedzkie medialne wizje świata z wykorzystaniem konstruktywizmu jako teorii komunikacji i mediów, ponieważ szukam odpowiedzi na pytanie o to, jak przekazy telewizyjne w USA i Szwecji kształtują system aksjologiczny w umysłach swoich odbiorców. Interesuje mnie zatem sposób prezentowania w telewizji wartości społecznych i kulturowych propagowanych w dwóch odmiennych kulturach – amerykańskiej i szwedzkiej. Pierwsza z nich, będąc pionierem telewizji, często uchodzi za wzór sposobów prezentacji tematów, podczas gdy – co stawiam jako hipotezę i co postaram się udowodnić – to druga wyznacza jakość współczesnej telewizji oraz przekazywane za jej pomocą kryteria wartościowania. Język telewizji, będący multimodalnym systemem znaków, może silnie i wielowymiarowo

wpływać na umysły, jak i emocje odbiorców⁴. Założeniem jest zatem to, że telewizja może tak kształtować, jak i propagować uznawane w danej kulturze postawy i wartości.

W rozprawie wskażę także, która z funkcji – informacyjna, rozrywkowa czy edukacyjna – dominuje w profilu każdego z wybranych do analizy programów. Ukaże to tym samym, na co nastawiona jest w zgodzie ze swoją misją i celem, a także względem widzów, każda ze stacji. Na bazie studium porównawczego z *Today* oraz *Nyhetsmorgon*, chcę pokazać, że idea *Morgonstudion*, dzięki m.in. korelacji z tzw. modelem nordyckim i obranej przez siebie misji, a w tym ofercie edukacyjnej oraz łączonym z nią określonym sposobem prezentowania oraz promowania wartości, jest nie tylko warta uwagi, ale i godna naśladowania przez inne stacje telewizyjne.

Praca składa się z części wstępnej, pięciu rozdziałów, zakończenia, a także listy wykorzystanej literatury i materiałów audiowizualnych oraz spisu ilustracji.

Rozdział pierwszy koncentruje się na teoretycznych zagadnieniach związanych z konstruktywizmem i jego odniesieniami do teorii komunikacji i mediów. Wyjaśniam w nim, czym jest konstruktywizm komunikacyjny, przedstawiam krótko jego genezę i źródła, a także przybliżam zagadnienie konstruktywizmu w mediach oraz aspekty, które wiążą go z komunikacją społeczną. Teoria konstruktywizmu jest mi potrzebna do badania medialnych wizji świata tworzonych przez amerykańską i szwedzką telewizję, ponieważ, to w nich ukazuje się interesujący mnie w niniejszej pracy obraz hierarchii wartości danego społeczeństwa. W rozdziale tym rozwijam zatem także pojęcia językowego obrazu świata oraz jego medialnej wizji, ze względu na to, że wartości są zawsze ich częścią.

Rozdział drugi, również teoretyczny, skupia się na kwestii wartości w mediach. Po zawartych w nim wyjaśnieniach dotyczących tego, czym jest wartość oraz wartościowanie, przechodzę do samych wartości w języku, a więc tego, jak za jego pomocą można wartościować. Dalsza część rozdziału dotyczy problemu tego, jak media wyrażają wartości. Wyróżniam w niej ważny dla całej pracy aspekt multimodalny, ponieważ w wybranym przeze mnie do analizy medium – telewizji – wartości mogą być wprowadzane nie tylko słowami, ale też za pomocą obrazów. Ostatni podrozdział to opis sposobów badania wartości w programach telewizyjnych, ponieważ to je wybieram do analizy w niniejszej pracy.

⁴ W. Godzic, *Telewizja jako kultura*, Kraków 2002, s. 20.

Rozdział trzeci podzielony jest niejako na dwie części. Pierwsza z nich, obejmująca podrozdziały 3.1., 3.2. oraz 3.3. poświęcona jest wyjaśnieniu zagadnień związanych z wybranym przeze mnie do analizy gatunkiem – telewizją śniadaniową w internecie. Pierwszy podrozdział dotyczy problemów z jego nazwą, drugi rozróżnienia pomiędzy telewizją w internecie, a telewizją internetową, a trzeci skupia się na samej specyfice telewizji śniadaniowej. Drugą część rozdziału zajmują natomiast zagadnienia związane z historią i kontekstem powstania wybranych do analizy programów porannych. W tej części uzasadniam także sam ich wybór oraz opisuję, jakie zmiany zachodziły w ich formie na przestrzeni lat. Co więcej, odwołuję się do funkcji, jakie z założenia miały i mają pełnić dla społeczeństwa wybrane przeze mnie programy. Interesuje mnie to, która z funkcji – informacyjna, rozrywkowa czy edukacyjna – (zgodnie z misją stacji, założeniami państwa lub prywatnych nadawców) wychodzi w wypadku każdego z nich na pierwszy plan. Porównanie to ukaże bowiem obierany przez każdą ze stacji profil oferty programowej, co bezpośrednio łączy się ze sposobem prezentowania wartości w ramach tworzonych przez nie medialnych wizji świata.

Rozdział czwarty, badawczo-analityczny, zawiera, po pierwsze, opis kryteriów porządkowania wartości – opisuję w nim ich typologię, a więc podział na zaproponowane przez Jadwigę Puzyninę wartości dekladowane, uznawane i odczuwane, oraz nawiązujący do nich i zaproponowany przeze mnie podział na wartości bezpośrednie oraz pośrednie. Typologię tę wykorzystuję w praktyce w kolejnym, najobszerniejszym podrozdziale, zawierającym analizę odcinków dziesięciu wybranych tematów prezentowanych w trzech programach porannych: amerykańskim *Today* oraz szwedzkich: *Morgonstudion* i *Nyhetsmorgon*. Ostatni podrozdział, wstępnie podsumowujący wykonane w tym rozdziale badania, składa się z odpowiedzi na zadawane w trakcie analizy odcinków pytania takie jak: kto zabiera głos przy omawianiu danego tematu w odcinku? Czy informacje o danym temacie przekazywane są w sposób obiektywny czy subiektywny, a także emocjonalny czy nieemocjonalny? W jaki sposób zabierający głos zwraca się do odbiorcy? Czy wykorzystuje się język potoczny czy naukowy? Czy temat ujęty jest w sposób lokalny czy uniwersalny? Czy określenia odnoszące się do wartości pojawiają się u prowadzących i/lub gości? Jak nazywa się i określa wartości, o których mowa w danym odcinku? Jakie środki obrazowe stosuje się w danym programie porannym? W końcu,

jaką relację tworzy w nim słowo i obraz? Odpowiedzi na powyższe pytania są wprowadzeniem do podsumowania wykonanego w kolejnym rozdziale.

Ostatni, piąty rozdział niniejszej rozprawy, zawiera przyporządkowanie wszystkich wartości, które pojawiły się w ramach analizowanych odcinków programów śniadaniowych do ich typów opisanych w rozdziale II. Dzięki temu ukazuję jaki typ wartości pojawia się w wybranych telewizjach najczęściej, co można łączyć także z tym, jaka funkcja (informacyjna, rozrywkowa czy edukacyjna) dominuje w każdym z analizowanych programów. Przedstawiam także podobieństwa i różnice w ramach omawianych w każdej ze stacji problemów społecznych oraz sposobu ich prezentacji, a także tego, jakie wartości pojawiają się w trakcie ich poruszania. Zarówno to jak, jak i to w jakim kontekście są one ukazywane, kreuje obraz państwa, w którym tworzony jest dany program. Wszystkie te aspekty wpływają zatem na to, jak *Today*, *Morgonstudion* oraz *Nyhetsmorgon* konstruuje swoje medialne wizje świata, które z kolei mogą mieć wpływ na przekonania i codzienne wybory oraz zachowanie ich odbiorców.

Metodologia, którą stosuję w niniejszej pracy składa się z krytycznej analizy dyskursu oraz analizy treści. Wykorzystuję przy tym językowe metody badania prezentowanych w programach wartości, w tym wykonuję analizę multimodalną, ponieważ przekazy telewizyjne można badać rzetelnie jedynie biorąc pod uwagę tak każdy z ich audiowizualnych elementów, jak i wzajemne relacje między nimi. Metodologia ta wymaga interdyscyplinarności, ponieważ wiąże się nierozzerwalnie z analizą kontekstu w szerokim, a więc niejednokrotnie także pozajęzykowym sensie. W niniejszej pracy wybieram jedną z dwóch możliwości przeprowadzenia badań multimodalnych: badanie od strony nadawcy komunikatu (nie od strony odbiorcy), który konstruuje sens przekazu telewizyjnego.

Praca opiera się na wyselekcjonowanych i przeanalizowanych publikacjach oraz materiałach wizualnych i audiowizualnych zgodnych tematycznie z zagadnieniami dotyczącymi tematu wybranego do badań w tej pracy. Najważniejszą bazą teoretyczną stały się prace językoznawców zajmujących się pojęciami językowego oraz medialnego obrazu świata. Wśród językoznawców tych należy wymienić tu Jadwigę Puzyninę, Jerzego Bartmińskiego, Walerego Pisarka, Ryszarda Tokarskiego, Jolantę Maćkiewicz, Danutę Kępe-Figure, Pawła Nowaka, Bogusława Skowronka, Hartmuta Stöckla oraz Hansa J. Buchera. Bardzo ważne stały się także prace z zakresu konstruktywizmu takich

autorów jak Michał Wendland, Erazm Kuźma, czy Sigfried Schmidt, a także publikacje na temat zagadnień społeczno-medialnych dotyczących USA i Skandynawii autorstwa Trine Syvertsen, Daniela Hallina, Paolo Manciniego, Mary Hilson, Mai Chacińskiej i Tomasza Płudowskiego. Prace Marcina Sanakiewicza, Wiesława Godzica, Małgorzaty Boguni-Borowskiej czy Olgi Dąbrowskiej-Cendrowskiej, traktujące o telewizji, a w tym także wybranym przeze mnie gatunku – telewizji śniadaniowej – były równie istotne. Wymienieni badacze to oczywiście nie wszyscy zajmujący się tymi zagadnieniami, jednak są to naukowcy, z których prac korzystałam przy pisaniu niniejszej rozprawy najczęściej. W części analitycznej posłużyłam się wieloma oryginalnymi przykładami przekazów z konkretnych amerykańskich i szwedzkich programów porannych. W trakcie analizy licznych audiowizualnych materiałów w dwóch językach: angielskim i szwedzkim, a także w ujęciu tematu od strony kulturowo-społecznej oraz zrozumieniu obecnych w mediach i łączonych z językiem aspektów wizualnych, pomogło mi ukończenie związanych z tym kierunków studiów: amerykanistyki, skandynawistyki (linia szwedzka), kulturoznawstwa (spec. kultura audiowizualna) oraz historii sztuki. Bez zaczerpniętej z nich wiedzy, studium to byłoby o wiele uboższe, jeśli nie niemożliwe do rzetelnego zrealizowania. Nieocenione stały się wiedza i rady promotorów rozprawy: prof. dr hab. Jolanty Maćkiewicz oraz dr Marty Grzechnik, a także promotorów moich wcześniejszych prac dyplomowych, której niniejsza rozprawa jest po części kontynuacją i rozwinięciem: dr hab. Mai Chacińskiej, dr Moniki Białek oraz prof. dra hab. Mirosława Przyłipiaka, za które serdecznie dziękuję.

ROZDZIAŁ I

KONSTRUKTYWIZM JAKO TEORIA KOMUNIKACJI I MEDIÓW

Tematem niniejszej pracy jest kształtowanie systemu aksjologicznego przez media. Słowo *kształtowanie* odnosi się tu do konstruktywizmu, a więc zagadnień kreowania, konstruowania obrazu rzeczywistości. Zanim przejdę więc do problemów związanych z pojęciem aksjologii, wartości w języku i mediach, należy przeanalizować zagadnienia związane z konstruktywizmem oraz jego odniesieniami do komunikacji i mediów. W niniejszym rozdziale opiszę, czym jest konstruktywizm komunikacyjny, przedstawię krótko jego genezę i źródła, a także przybliżę zagadnienie konstruktywizmu w mediach oraz jego aspekty wiążące go z komunikacją społeczną. Teoria konstruktywizmu jest mi potrzebna do badania medialnej wizji świata, ze względu na to, że to w niej ukazuje się obraz wartości. Ostatnie dwa podrozdziały dotyczą zatem pojęć językowego obrazu świata oraz medialnego obrazu, czy też medialnej wizji świata, ponieważ wartości są ich nieodłączną częścią.

1.1. Czym jest konstruktywizm komunikacyjny?

Konstruktywizm to kierunek, który jest niejednoznaczny i trudny do zdefiniowania, ponieważ występuje w różnych postaciach oraz niejednokrotnie skrajnie odmiennych od siebie dziedzinach i dyscyplinach naukowych. Jednakże, jednym z najważniejszych dla nich wspólnych aspektów jest to, że człowiek konstruuje wiedzę o otaczającej go rzeczywistości. Jak w swojej pracy na temat konstruktywizmu podkreśla Michał Wendland⁵, należy rozróżnić dwie główne perspektywy konstruktywistyczne. Pierwsza z nich to tzw. słabsza postać perspektywy konstruktywistycznej, a więc właśnie taka, która zakłada, że człowiek konstruuje wiedzę o świecie. Druga natomiast to tzw. mocna postać perspektywy konstruktywistycznej, która mówi o tym, że człowiek nie wytwarza jedynie

⁵ M. Wendland, *Konstruktywizm komunikacyjny*, Poznań 2011, s. 11.

wiedzy o świecie, ale konstruuje także sam świat⁶. Obecnie, wśród badaczy konstrukttywizmu, przyjmuje się najczęściej perspektywę słabszą, którą również obieram w niniejszej pracy.

Można wskazać liczne typy i odmiany tzw. ogólnej perspektywy konstrukttywistycznej⁷. Wśród nich należy wymienić m.in. radykalny konstrukttywizm i takich jego XX-wiecznych przedstawicieli jak chociażby Ernst von Glasersfeld, czy Siegfried Schmidt, społeczny konstrukttywizm według Niklasa Luhmanna, czy Paula Watzlawicka, konstrukcjonizm Seymoura Paperta, czy Kennetha Gergena lub konstrukttywizm zorientowany poznawczo Francisca Vareli i Humberta Maturany⁸. Nie są to jednak jedyni badacze, których nazwiska można wymienić wśród tzw. ojców konstrukttywizmu. Jak pisze Erazm Kuźma⁹, za jednego z nich, tym razem z dziedziny cybernetyki, należy uznać Heinza von Foerстера, fizyka, którego obok wspomnianych powyżej naukowców – von Glasersfelda i Schmidta, uważa się za współtwórcę konstrukttywizmu radykalnego.

Większość ze wspomnianych badaczy to naukowcy, którzy pochodzą z obszaru języka niemieckiego, z którym należy łączyć istotną część badań nad konstrukttywizmem, jednak najczęściej swoje kariery naukowe rozwijali oni w Stanach Zjednoczonych¹⁰. Niemniej jednak badania nad konstrukttywizmem można odnaleźć także wśród publikacji uczonych z innych obszarów językowych, w tym także z Polski, co potwierdza międzynarodowość omawianego problemu.

Pomimo że każdy z wymienionych powyżej naukowców definiuje konstrukttywizm nieco inaczej, na ogół wspólną podstawą jest założenie, że wiedza człowieka nie dotyczy świata pojmowanego w sposób obiektywny, ponieważ nie jest on dostępny bezpośrednio. Wiedza ta dotyczy konstruktów, które stwarza ludzki umysł¹¹. Dziennikarze nie przekazują zatem informacji w tradycyjnym rozumieniu, ponieważ nie jest to obiektywna relacja z faktów, lecz komunikacja o nich, przedstawiona z wybranego przez nadawcę

⁶ Ibidem, s. 11-12.

⁷ Ibidem, s. 12.

⁸ R. Bomba, *Michał Wendland: Wiele twarzy konstrukttywizmu. Różnorodność stanowisk konstrukttywistycznych i ich klasyfikacje*, <http://www.kulturalihistoria.umcs.lublin.pl/archives/5004> [dostęp, 10.02.2021].

⁹ *Konstrukttywizm w badaniach literackich. Antologia*, red. E. Kuźma, J. Madejski, A. Skrendo, Kraków 2006, s. 1.

¹⁰ Ibidem.

¹¹ Ibidem, s. 3.

medialnego punktu widzenia¹². W konstruktywizmie nie obowiązuje zatem pojęcie obiektywizmu czy klasyczna definicja prawdy. Człowiek tworzy, kształtuje, a więc konstruuje swój obraz świata, co sprawia, że obraz ten różni się w zależności od kreującego go podmiotu.

Jednym ze znanych dzieł, o którym warto tu wspomnieć, ponieważ dobrze odzwierciedla omawiane zagadnienie, jest obraz René Magritte'a *La Trahison des images* (*Zdradliwość obrazów*, znany także pod tytułem *Ceci n'est pas une pipe – To nie jest fajka*) (il. 1). Dzieło to analizowało wielu badaczy, w tym obszernie chociażby Michel Foucault w swojej książce dotyczącej współzależności słowa i obrazu oraz ich relacji z rzeczywistością¹³, jednak warto skupić się na najważniejszych związanych z nim założeniach. Na obrazie francuskiego artysty widnieje namalowana fajka oraz dopełniająca ją napis „Ceci n'est pas une pipe”. Przekaz zawarty na płótnie sugeruje, że samo słowo „pipe” – ‘fajka’ nie jest tożsame z ukazywanym na obrazie przedmiotem, do którego wyraz ten ma się odnosić¹⁴. Potwierdza to zatem jednocześnie referencyjność języka, jak i realność rzeczywistości pozajęzykowej. Wedle podejścia konstruktywistycznego, przedmiot staje się nim za pośrednictwem znaku w formie słowa lub obrazu¹⁵. Sprawia to, że świat złożony jest ze znaków, które konstruuje człowiek.

Ilustracja nr 1
René Magritte, *La Trahison des images*



Źródło: <https://www.renemagritte.org>

¹² P. Nowak, R. Tokarski, *Medialna wizja świata a kreatywność językowa*, [w:] tychże, *Kreowanie światów w języku mediów*, Lublin 2007, s. 10-11.

¹³ Zob. M. Foucault, *This Is Not a Pipe*, Berkeley – Los Angeles – London 1983.

¹⁴ M. Wendland, op. cit., s. 20.

¹⁵ Ibidem.

Temat konstruktywizmu w komunikacji społecznej oraz prób przeinaczania rzeczywistości przez nadawcę przekazu, wiąże się także z badaniami Ervinga Goffmana. Ten amerykański socjolog już w latach 50. XX wieku pisał o kreowaniu osobowości człowieka, na które wpływa jego kontakt z otoczeniem. Był to czas, kiedy telewizja dopiero stawała się popularnym medium, a portale społecznościowe, tak jak i sam internet, w ogóle nie istniały. Jednakże naukowiec niejako przewidział to, co dzieje się obecnie i co dostrzegają inni badacze zajmujący się konstruktywizmem społeczno-kulturowym. To, że w mediach widzimy sukcesy innych i ich pozytywnie wykreowane wizerunki w dużej mierze zależy od nich samych i tego jak poprzez manipulację treściami tworzą obraz kierowany do odbiorcy. Autor takich publikacji jak *Człowiek w teatrze życia codziennego*¹⁶, *Rytuał interakcyjny*¹⁷, *Spotkania. Dwa studia z socjologii interakcji*¹⁸, czy *Zachowanie w miejscach publicznych*¹⁹, twierdził, że zachowanie człowieka jest w dużej mierze podyktowane jego relacjami z otaczającym środowiskiem²⁰. Według Goffmana, każda jednostka dąży do wykreowania własnego wizerunku tak, aby to pozytywne, a nie negatywne z nim związane zostały zapamiętane przez innych. Jest to nic innego jak swego rodzaju manipulacja postrzeganiem²¹. Człowiek staje się zatem niejako aktorem odgrywającym różne role, a jego otoczenie publicznością, która odbiera dany przekaz.

Teorię Goffmana można z powodzeniem odnieść do społeczeństwa medialnego, które charakteryzuje się konstruowaniem rzeczywistości nie na podstawie mniej lub bardziej subiektywnych ocen i obserwacji, a obserwacji innych osób, w tym głównie tych prezentujących w mediach swoje interpretacje otaczającego ich świata²². Wszystko to sprawia, że rzeczywistość ukazywana np. w telewizji, staje się dla wielu jedyną znaną rzeczywistością, którą przyjmują bezkrytycznie, podczas gdy każdorazowo jest to konstrukcja w mniejszym lub większym stopniu fikcyjna.

Chociaż słowo *konstrukcja* najczęściej odnosi się do dziedzin takich jak architektura czy nauki o sztuce, to właśnie konstrukcja rzeczywistości zewnętrznej jest

¹⁶ Zob. E. Goffman, *Człowiek w teatrze życia codziennego*, Warszawa 2008.

¹⁷ Zob. E. Goffman, *Rytuał interakcyjny*, Warszawa 2006.

¹⁸ Zob. E. Goffman, *Spotkania. Dwa studia z socjologii interakcji*, Kraków 2010.

¹⁹ Zob. E. Goffman, *Zachowanie w miejscach publicznych: o społecznej organizacji zgromadzeń*, Warszawa 2008.

²⁰ W. Metlenga, *The Image of American Educational Institutions in Frederick Wiseman's Documentary Films*, praca magisterska, Uniwersytet Gdański, Gdańsk 2017, s. 20-22.

²¹ S. Michalczyk, *Konstruktywizm jako teoria mediów*, [w:] *Współczesne media. Medialny obraz świata*, t. 1: *Zagadnienia teoretyczne*, red. I. Hoffman, D. Kępa-Figura, Lublin 2015, s. 36.

²² Ibidem.

głównym elementem w myśleniu konstruktywistycznym. Niezależnie więc od dyscypliny, z którą łączymy konstruktywistów, ich założeniem jest, że człowiek nie odkrywa składników świata, lecz je tworzy²³. To natomiast odbywa się przede wszystkim za pomocą praktyk komunikacyjnych, które poprzez teksty wytwarzają rzeczywistość (głównie – rzeczywistość społeczną) samą w sobie.

Konstruktywizm nie jest jednolitą konstrukcją teoretyczną, wytworzoną przez jednorodną grupę badaczy. Przeciwnie, jest to raczej interdyscyplinarny i międzynarodowy dyskurs, w którym można dostrzec wiele stanowisk z zupełnie różnych dyscyplin. Najbardziej pasjonujące badania prowadzone są jednak często właśnie na styku interdyscyplinarnych światów²⁴. Oprócz tego, iż aspekty dotyczące konstruktywizmu można odnaleźć np. w działaniach matematycznych, kierunek ten występuje w sztuce czy architekturze, ale także naukach humanistycznych oraz społecznych, w tym – naukach o komunikacji społecznej i mediach. W niniejszej pracy skupię się na tym ostatnim, czyli konstruktywizmie komunikacyjnym w systemach medialnych, który przejawia się m.in. poprzez kreacje rzeczywistości w amerykańskiej i szwedzkiej telewizji.

Podsumowując tę część, należy zaznaczyć, że wszystkie wymienione powyżej dziedziny, które opierają się na konstruktywizmie – pomimo że niekiedy są od siebie diametralnie różne – łączy jedna główna cecha. Najważniejszą tezą konstruktywizmu jest to, że człowiek jako istota żyjąca w społeczeństwie, konstruuje wiedzę o świecie (perspektywa słabsza), a czasem nawet sam kreuje rzeczywistość społeczno-kulturową (perspektywa mocna)²⁵. Jak zaznacza Erazm Kuźma²⁶, myśląc o konstruktywizmie jako o teorii należy przyjąć, że to komunikacja społeczna wytwarza społeczną rzeczywistość, co można zauważyć już we wczesnych stanowiskach głoszonych przez wspomnianych powyżej Luhmanna i Schmidta²⁷. Wynika z tego, że człowiek nie doświadcza rzeczywistości samej w sobie, ale konstruuje ją za pomocą komunikacji i opowieści.

Konstruktywizm komunikacyjny to stanowisko, które sprowadza się więc do stwierdzenia, że w procesach konstruowania wiedzy o świecie i/lub świata, kluczową rolę

²³ Ibidem, s. 25-26.

²⁴ U. Schmitz, *Badanie płaszczyzn wizualnych. Wprowadzenie*, [w:] *Lingwistyka mediów. Antologia tłumaczeń*, red. R. Opiłowski, J. Jarosz, P. Staniewski, Wrocław–Dresden 2015, s. 56.

²⁵ M. Wendland, op. cit., s. 11.

²⁶ E. Kuźma et al., op. cit., s. 5.

²⁷ Ibidem.

odgrywa komunikacja, za której pomocą ludzie kreują swoje wyobrażenia o otaczającej ich rzeczywistości. Komunikacja językowa jest więc dla konstruktywistów podstawą systemu społecznego. To właśnie w realizacji działań komunikacyjnych dochodzi do konstruowania rzeczywistości kulturowej. Jak zaznacza Michał Wendland²⁸, można przyjąć koncepcję, według której „ludzkie bycie-w-świecie jest determinowane i relatywizowane, a także (a może nawet przede wszystkim) konstruowane za pośrednictwem działań komunikacyjnych”²⁹. To bowiem komunikaty, a w tym głównie komunikaty językowe, implikują nie tylko wiedzę oraz działania jednostki, ale i całych społeczności. Człowiek, poprzez używanie narzędzi, jakimi są komunikaty językowe oraz pozajęzykowe, „buduje” swój świat, do czego niezbędna jest wymiana komunikacyjna z innymi. Ze względu na różnice występujące zarówno w komunikatach (tradycyjnych i medialnych) jak i samej komunikacji, wiedza oraz sposoby postępowania, które najczęściej pociąga ona za sobą, różnią się w poszczególnych społeczeństwach. Jest to szczególnie ważne dla badań dotyczących analizy wykonanej w tej pracy, a zatem kształtowania systemu aksjologicznego przez media. Wiąże się to bowiem z możliwością życia i postępowania wedle odmiennych wartości w różnych grupach społecznych – w tym wypadku w społeczeństwie amerykańskim i w społeczeństwie szwedzkim.

Jak podkreśla Michał Wendland³⁰, istnieją trzy fundamentalne pojęcia związane z konstruktywizmem komunikacyjnym. Pierwszym z nich jest kultura, ponieważ konstruktywiści zakładają, że człowiek, żyjąc na co dzień w społeczeństwie, tworzy rzeczywistość społeczną, a więc także świat kulturowy. Uczestnik kultury tworzy ją za pomocą komunikacji i bycia w społeczeństwie oraz obcowania z nim, ponieważ nie jest mu ona dana naturalnie. Kultura nie jest dziedziczona biologicznie, a uczestniczenie w niej jest uwarunkowaniem społecznym³¹. Relacja między kulturą a człowiekiem czy też społeczeństwem jest dwustronna: człowiek tworzy kulturę, a zarazem jest od niej zależny. Kultura, społeczeństwo oraz komunikacja, a w tym przede wszystkim komunikacja językowa, są nierozzerwalne w procesie konstruowania świata przez człowieka. Co więcej, należy zwrócić uwagę również na aspekt wspólnotowości. Człowiek nie konstruuje rzeczywistości indywidualnie oraz tylko i wyłącznie dla siebie. Jest on zawsze

²⁸ M. Wendland, op. cit., s. 11.

²⁹ Ibidem.

³⁰ Ibidem, s. 164.

³¹ Ibidem.

częścią wspólnoty, którą wyróżnia jej kultura. Każda wspólnota komunikuje się według ogólnie przyjętych w niej zasad. Człowiek jest częścią wspólnoty kulturowo-komunikacyjnej³². W badaniach dotyczących wpływu mediów należy zatem postrzegać media jako część systemu społecznego³³. Bez odniesienia mediów do określonego społeczeństwa i kultury, uzyskanie pełnego oglądu problemu, a przez to w konsekwencji rzetelnych wyników badań, nie jest możliwe.

Drugim zagadnieniem związanym z konstruktywizmem komunikacyjnym jest problem pojęcia obiektywności. Klasyczne rozumienie obiektywności, wyparte w pierw m.in. przez Kanta i tzw. jego przełom kopernikański, pod koniec XIX wieku niemal zupełnie straciło swoje dawne znaczenie³⁴. Wprowadzenie pojęcia intersubiektywności umożliwiło zastąpienie wcześniejszych założeń nowymi, wskazującymi na to, że wiedza lub doświadczenia wykraczają poza te możliwe do poznania dla jednostki, poprzez swoją dostępność dla więcej niż jednego podmiotu poznawczego³⁵. Wiedza jest bowiem zawsze nacechowana zarówno uwarunkowaniami społecznymi, jak i kulturowymi, co w wypadku konstruktywizmu jest nadrzędne. Uwarunkowania te wiążą się bezpośrednio także z komunikacją, z którą zawsze należy łączyć kulturę oraz społeczeństwo. Konstruktywizm stoi więc w opozycji do tradycyjnie pojmowanego obiektywizmu.

Trzecim fundamentalnym pojęciem konstruktywizmu komunikacyjnego jest kategoria narzędziowości. Język jest narzędziem komunikacji, dzięki której następuje niezbędna do powstania kultury wymiana w społeczeństwach. Jest to wymiana myśli, poglądów, wyznawanych wartości, czy też pewnych idei lub spostrzeżeń. Narzędzie to jest jednym z najważniejszych potrzebnych do konstruowania rzeczywistości kulturowej. Jak zaznaczał John Langshaw Austin, akt mowy można nazwać swego rodzaju „narzędziem”, za pomocą którego nie tylko coś się wykonuje, ale także na coś się wpływa³⁶. Uczestnik kultury posługuje się więc słowem, wypowiedzią, mową jako narzędziem do konstruowania świata.

Z powyższych twierdzeń wynika także rzecz warta uwagi w kontekście dużo szerszym niż zagadnienia związane z tą pracą. Wniosek dotyczy wagi oraz znaczenia

³² Ibidem, s. 168.

³³ P. Bourdieu, *O telewizji. Panowanie dziennikarstwa*, Warszawa 2009, s. 19.

³⁴ M. Wendland, op. cit., s. 172.

³⁵ Ibidem, s. 178.

³⁶ Ibidem, s. 181.

języka w edukacji³⁷. Coraz bardziej popularne staje się bowiem przekonanie o nadrzędności obrazu nad językiem w komunikacji społecznej. Niekiedy mówi się nawet o jego zastępowaniu przez formy audiowizualne. Wynika to z oczywistego postępu technologicznego i rozwoju mediów. Słowo, które w historii na długi czas zdominowało obrazy, a więc pierwszą znaną nam formę utrwalania doświadczeń człowieka, obecnie niejednokrotnie konfrontowane jest z powracającą ofensywą ikoniczną³⁸. Pomimo że formy obrazowe niekiedy są bardzo przydatne i nie należy odbierać należnych im zasług, to w pierwszej kolejności język pozostaje kluczowym elementem do zrozumienia otaczającej rzeczywistości.

Komunikacja to zjawisko społeczno-kulturowe, o którym nie można mówić, nie łącząc go z określoną zbiorowością ludzką. Komunikacja nie istnieje bez kultury, która z kolei – jak zostało wspomniane wcześniej – nie istnieje bez tworzącego ją społeczeństwa. Człowiek konstruuje świat, a przy tym wpływa także na społeczeństwo za pomocą komunikacji. Wszystkie te trzy elementy: kultura, społeczeństwo oraz komunikacja są więc ze sobą nierozdzielnie połączone. Uczestnik kultury przy użyciu narzędzi, jakimi są intencjonalne działania komunikacyjne, połączone z interpretacją, konstruuje rzeczywistość społeczną.

1.2. Geneza i źródła konstruktywizmu komunikacyjnego

Konstruktywizm jako niejednorodny i niejednoznaczny kierunek w nauce ma skomplikowaną genezę. W tym miejscu warto więc przybliżyć kilka najważniejszych dotyczących go stanowisk znanych z historii, z wyróżnieniem tych, które łączą się z zagadnieniem samego konstruktywizmu komunikacyjnego. Wymienieni poniżej badacze to oczywiście nie wszyscy naukowcy zajmujący się konstruktywizmem na przestrzeni dziejów. Przybliżenie poglądów części z nich pozwoli jednak na dokładniejsze zrozumienie podłoża tej koncepcji.

³⁷ K. Moraczewski, *Językowy charakter sensu obrazu. Wyprawa zwiadowcza*, [w:] *Język, obraz, konstruowanie rzeczywistości*, red. P. Gałkowski, M. Wendland, Poznań 2007, s. 14.

³⁸ G. Osika, *Rzeczywistość zobrazowana. Co nam robią obrazy*, [w:] *Współczesne media. Medialny obraz świata*, t. 1: *Zagadnienia teoretyczne*, red. I. Hofman, D. Kępa-Figura, Lublin 2015, s. 272.

Samo pytanie o charakter rzeczywistości jest bezspornie tak stare jak świat. Przed badaczami współczesnymi było wielu filozofów, którzy twierdzili, że człowiek poznaje świat pośrednio – poprzez własną interpretację zjawisk, a sposób interpretacji zależy z kolei od współuczestnictwa w określonym społeczeństwie i kulturze. Jednak z uwagi na to, że nie jest to praca z zakresu filozofii, myśliciele tych należy tutaj tylko pokrótce wspomnieć, poprzez nawiązanie do ich twierdzeń związanych z myślą konstruktywistyczną, bez zagłębiania się w ich pozostałe założenia i poglądy.

Już w I wieku p.n.e. w dziele zatytułowanym *Encheiridion* autorstwa Flawiusza Arriana, ucznia Epikteta, zresztą mylnie przypisywanym temu ostatniemu, można odnaleźć pierwsze wzmianki dotyczące konstruktywizmu. Grecki uczoney pisał, że w naszej mocy jest nasze postępowanie, jednak nie nasze zewnętrzne stanowisko³⁹. Zaznaczał on, że „człowiek podlega nie rzeczom, ale poglądom na ich temat”⁴⁰. Wynika z tego, że to, jakie mamy zdanie o czymś, uwarunkowane jest najczęściej innymi, znanymi nam już opiniami.

Jedną z najbardziej znanych prac jest także wydana po raz pierwszy w 1725 roku *Scienza Nuova (Nauka nowa)* autorstwa Giambattisty Vico⁴¹, w której włoski filozof zaznaczył, że „wiedzieć to znaczy czynić”⁴². Oznacza to, że zawsze zanim podejmiemy jakąś decyzję lub dokonamy jakiegoś czynu, moment ten poprzedzony jest wcześniej zdobytą i subiektywnie odebraną wiedzą o przedmiocie, którego decyzja lub czyn dotyczy. Potwierdza to wspomnianą wcześniej tezę o niemożliwości pojmowania świata przez człowieka w sposób obiektywny.

Niedługo później, bo w roku 1781, znany niemiecki filozof oświeceniowy, Immanuel Kant, wydał pracę uważaną za jedną z najważniejszych w historii filozofii. W dziele zatytułowanym *Krytyka czystego rozumu*⁴³, zaznaczył on, że „umysł nie jest pasywny jak wosk, ale jest aktywnym organem, który przekształca chaotyczną

³⁹ Epiktet, *Encheiridion*, Warszawa 1920, s. 5.

⁴⁰ V. Peavy, *Constructivism, Existential Themes and Counselling*. Referat wygłoszony na konferencji Intercultural Counselling and Therapy, Vancouver (1992), (podane za) Anna Paszkowska-Rogacz, *Teoria konstruktów osobistych Georga Kelly'ego w doradztwie zawodowym*, XVIII Ogólnopolska Konferencja Szkoleniowa SDSiZ RP, Lubniewice 2008, prezentacja, https://web.archive.org/web/20110713222441/http://www.sdsiz.pl/downloads/ppt/Konstruktywizm_Lubniewice.ppt [dostęp: 30.04.2020].

⁴¹ Zob. G. Vico, *Nauka nowa*, Warszawa 1966.

⁴² V. Peavy, op. cit.

⁴³ Zob. I. Kant, *Krytyka czystego rozumu*, Kęty 2001.

wielorakość doświadczeń w uporządkowane jednostki myśli”⁴⁴. Znaczący to, że człowiek tworzy rzeczywistość, czerpiąc z doświadczeń zdobywanych na co dzień oraz aktywnie układając je w konkretne myśli i tworząc sensy. Warto dodać, że propagatorami myśli Kanta byli przedstawiciele neokantowskiej szkoły marburskiej, a w tym głównie Ernst Cassirer. Cassirer, nawiązując do badań Immanuela Kanta, próbował ugruntować różnorodność sposobów percepcji świata przez człowieka za pomocą symboli na podstawie teorii znaczenia form rzeczywistości. Zdaniem Cassirera, uczestnik kultury poznaje świat zarówno poprzez m.in. naukę, sztukę, historię czy religię, jak i sam język. Ten ostatni jako narzędzie pozwala konstruować świat kulturowy⁴⁵.

Jak widać, ogólna perspektywa konstruktywistyczna łączy się z tradycją filozoficzną. Podobne połączenie można dostrzec również u Wilhelma von Humboldta, który oprócz filozofii zajmował się też językoznawstwem. Chociaż o zwrocie lingwistycznym mówi się dopiero od początku XX wieku, to właśnie żyjącego na przełomie XVIII i XIX wieku von Humboldta można uznać za jego prekursora. Niemiecki badacz, który podobnie jak Cassirer sięgał do teorii Kanta, stworzył wizję języka bezpośrednio połączoną z jego relacjami z człowiekiem oraz otaczającym go światem⁴⁶.

Tak jak wyraźnie widoczne są nawiązania Wilhelma von Humboldta do Kanta, tak również należy zauważyć sam jego wpływ na późniejszych naukowców związanych z badaniem języka. Ze spuścizną von Humboldta zapoznawali się m.in. Edward Sapir, Benjamin L. Whorf, czy Leo Weisgerber, których badania, bez inspiracji teoriami niemieckiego „filozofującego językoznawcy” ostatecznie mogłyby nie przybrać obecnego kształtu⁴⁷. Wilhelm von Humboldt pisał, że człowiek tworzy język zarówno, aby służył mu do komunikowania się z innymi, jak i w celu konstruowania własnych poglądów o świecie. Wyróżnił on dwie formy języka – zewnętrzną (materialną) i wewnętrzną (formalną). Zewnętrzna, m.in. ze względu na mnogość języków, jest zróżnicowana, podczas gdy wewnętrzna jest uniwersalna dla wszystkich wspólnot kulturowych⁴⁸. Ze względu na swój niematerialny charakter, wewnętrzna forma języka

⁴⁴ V. Peavy, op. cit.

⁴⁵ J. Hansson, S. Nordin, *Ernst Cassirer: The Swedish Years*, Bern 2006, s. 43.

⁴⁶ Zob. W. von Humboldt, *O myśli i mowie. Wybór pism z teorii poznania, filozofii dziejów i filozofii języka*, tł. E. M. Kowalska, Warszawa 2013.

⁴⁷ M. Wendland, op. cit., str. 93.

⁴⁸ Ibidem, s. 96.

może być trudniejsza do uchwycenia niż forma zewnętrzna, jednak język jest sumą obu tych elementów.

Jak podkreśla Michał Wendland⁴⁹, tym, co z perspektywy badacza konstruktywizmu komunikacyjnego wydaje się najważniejsze w badaniach Wilhelma von Humboldta, jest pojmowanie języka nie jako „wytworu” (*ergon*), a jako „wytwórczości” (*energeia*). Oznacza to, że język zawsze *służy* czemuś, a więc coś *tworzy, kształtuje, konstruuje*, a nie *jest* czymś wytworzonym⁵⁰. To wszystko może odbywać się i odbywa się wyłącznie za pośrednictwem człowieka, który używa owego języka. Język, którym opisujemy świat, jest dla von Humboldta zawsze subiektywny i staje się konstruktem danego człowieka⁵¹. Według badacza język jest procesem, który ewoluuje i przez to ciągle na nowo konstruuje antropocentryczne pojmowanie rzeczywistości.

Ważne w niniejszej pracy pojęcie „językowy obraz świata”, które pojawiło się najpierw u Leo Weisgerbera i o którym więcej później, ma swój pierwowzór w określeniu „świato-pogląd” Wilhelma von Humboldta. „Świato-pogląd” jest według badacza wytworem ludzkiej aktywności językowej, a więc zarazem społecznej, co sprawia, że język jest niezbędny do uzyskania określonego poglądu na świat⁵². Świat nie jest gotowym i danym z góry przedmiotem poznania. To dzięki językowi i za jego pomocą odbywa się akt konstruowania świata i poglądów o nim. Jest to tzw. aprioryzm językowy, zwany także aprioryzmem lingwistycznym. Wilhelm von Humboldt przyznaje językowi wpływ na trzy główne elementy, które tworzą relację pomiędzy człowiekiem, a więc uczestnikiem kultury, a światem. Po pierwsze, język kształtuje „wnętrze” człowieka. Po drugie, język jest narzędziem służącym komunikacji międzyludzkiej. Po trzecie, język konstruuje wspomniany wcześniej „świato-pogląd”⁵³. Drugi wspomniany aspekt, według von Humboldta, łączy się z tezą, iż nie da się dogłębnie poznać danej kultury bez poznania jej języka. Niemiecki badacz nazywa to połączenie związkami języka z „duchem narodu”, czyli właśnie kulturą⁵⁴. Jest to aspekt, który wykracza poza założenia Kanta, ponieważ porusza on w tym miejscu problem intersubiektywności, a więc przekazywania, za

⁴⁹ Ibidem.

⁵⁰ Ibidem.

⁵¹ W. von Humboldt, *On Language. On the Diversity of Human Language Construction and Its Influence on the Mental Development of the Human Species*, red. M. Losonsky, Cambridge 1999, s. 210.

⁵² M. Wendland, op. cit., s. 97.

⁵³ Ibidem, s. 97-98.

⁵⁴ Ibidem.

pomocą komunikacji, swoich myśli pomiędzy uczestnikami kultury. Wymiana myśli nie byłaby możliwa bez języka, co wyklucza także samą ich obiektywność⁵⁵. Język jest zatem elementem łączącym i niezbędnym do funkcjonowania i rozwijania się relacji człowiek-świat.

Przed dokładniejszym omówieniem pojęcia „językowego obrazu świata” należy powrócić także do wspomnianego już Leo Weisgerbera i jego koncepcji. Ten niemiecki lingwista, nawiązując do badań Wilhelma von Humboldta, określa sposób interpretowania wspomnianych powyżej relacji łączących człowieka, język i świat⁵⁶. Językowy obraz świata to według Weisgerbera obraz zawarty w strukturach treści językowych, które będąc przedmiotami ludzkich myśli, organizują świat zewnętrzny i dostarczają wiedzy o nim⁵⁷. Nawiązując do von Humboldta, Weisgerber podkreśla także, że istnieje określony „świato-pogląd” zawarty w języku, który posiada „formę wewnętrzną”. Forma ta jest dla niego połączeniem dźwiękowej i znaczeniowej strony języka. Poprzez wykorzystywanie go, dana społeczność może zatem konstruować właściwy dla niej i wyróżniający ją pogląd na świat. Połączenie założeń von Humboldta dotyczących „formy wewnętrznej” języka z proponowaną przez Weisgerbera funkcją tworzącą, a więc konstruującą „świato-pogląd”, składa się na rozumianą przez niego koncepcję „językowego obrazu świata”⁵⁸.

Leo Weisgerber, podobnie jak von Humboldt, zaznacza także, jak ważny jest związek języka z kulturą. Według niemieckiego badacza język jest dorobkiem kulturowym danej społeczności i jest niezbędny do jej codziennego funkcjonowania na każdej z płaszczyzn. Niezależnie od tego, czy brać pod uwagę religię, sztukę, czy naukę, język zawsze wywiera na nie – a więc ostatecznie na samo kształtowanie kultury – ogromny wpływ⁵⁹. Według Weisgerbera wszystkie te elementy kultury nie tylko funkcjonują dzięki językowi, ale także rozwijają się dzięki niemu. Warunkiem znajomości danych przedmiotów, zjawisk bądź ich elementów jest bowiem uprzednie ich nazwanie, które pomaga zarówno w zakodowaniu ich w świadomości, jak i późniejszemu

⁵⁵ Ibidem, s. 98.

⁵⁶ Ibidem, s. 111.

⁵⁷ A. Mańczyk, *Wspólnota językowa i jej obraz świata. Krytyczne uwagi do teorii językowej Leo Weisgerbera*, Zielona Góra 1982, s. 41.

⁵⁸ M. Wendland, op. cit., s. 111.

⁵⁹ Ibidem, s. 112.

zachowaniu ich w pamięci człowieka⁶⁰. Wynika z tego, że język jest niezbędny w procesie poznawczym i jego rola jest w nim decydująca.

Co ważne, Leo Weisgerber – w nawiązaniu do filozofii krytycznej Kanta – odrzuca możliwość „bezpośredniego” doświadczenia, które polega na „odbijaniu” przedmiotów w ludzkim umyśle⁶¹. Rzeczywistość, według niego, jest zawsze w pierwszej kolejności przekształcana „wewnętrznie” przez człowieka. Język gra zaś nadrzędną rolę zarówno w odkrywaniu, jak i dogłębniejszym poznawaniu świata.

Jak zaznacza Michał Wendland⁶², koncepcja „językowego obrazu świata” w wersji językoznawczej nie pokrywa się jednoznacznie i w całości z założeniami konstruktywizmu komunikacyjnego. Jednakże, związki pomiędzy badaniami Leo Weisgerbera a językoznawczą koncepcją JOŚ istnieją i są zauważalne tak w jego koncepcjach, jak i we wcześniejszych filozoficzno-językowych poglądach von Humboldta.

Lingwistyczna konceptualizacja JOŚ, a więc zadawanie pytań m.in. o podmiot językowego obrazu świata, jego stosunek do rzeczywistości, a także o samą strukturę tej rzeczywistości, łączy się z filozoficzno-językowymi poglądami von Humboldta, czy Weisgerbera⁶³. Z poglądami wspomnianych filozofów wiąże się także rozpatrywana przez językoznawców teza o determinowaniu poznania przez język, a także ta o różnorodności struktur pojęciowych każdego z języków. To z kolei nic innego jak nawiązanie do hipotezy Sapira-Whorfa, czyli zasady relatywizmu językowego.

Hipoteza Sapira-Whorfa⁶⁴ dotycząca relatywizmu językowego funkcjonuje w dwóch wersjach. Jedna z nich nazywana jest determinizmem językowym i jest mocniejsza, ponieważ zakłada, że język jest nadrzędny wobec myślenia, a więc – jak sama nazwa wskazuje – determinuje je. Wynika z tego, że świat poznawany jest właśnie przez język i wyłącznie za pośrednictwem języka. Jest to teza radykalna, ponieważ zakłada, że w związku z tym różne społeczności żyją w odrębnych światach tylko dlatego,

⁶⁰ Ibidem.

⁶¹ B. Andrzejewski, *Aktywistyczne koncepcje języka a rzeczywistość pozajęzykowa*, [w:] „Poznańskie studia z filozofii nauki”, nr 10, Poznań 1984, s. 110.

⁶² M. Wendland, op. cit., s. 114.

⁶³ Ibidem, s. 116.

⁶⁴ Hipoteza Sapira-Whorfa – nazwa hipotezy pochodzi od jej autorów, a więc od dwóch amerykańskich badaczy, antropologów i lingwistów, Edwarda Sapira oraz Benjamin L. Whorfa; Zob. E. Sapir, *Sapir, Language. An Introduction to the Study of Speech*, New York, 1949; Zob. B. Whorf, *Language, Thought and Reality*, red. John B. Carroll, New York 1956.

że mówią innymi językami. Druga wersja, to natomiast właśnie tzw. teoria relatywizmu językowego, która jest słabsza, ponieważ nie mówi o tym, że język determinuje myślenie a „jedynie” wpływa na nie. Wersja ta jest częściej przyjmowana przez językoznawców, którzy przyznają, że język interpretuje, a nie tworzy, a więc konstruuje świat. Według słabszej wersji relatywizmu językowego, język interpretuje świat i za jego pomocą człowiek spogląda na rzeczywistość⁶⁵. Innymi słowy, język nie jest tym razem nadrzędny wobec myślenia, jednak pomaga w nim i wpływa na nie.

Podstawowym założeniem konstruktywizmu, łączącym wszystkie wyżej wymienione stanowiska jest to, że świat zawsze postrzegany jest w sposób subiektywny. Poprzez ciągle zachodzące interakcje i kontakt z innymi, rzeczywistość społeczna jest kreowana w procesie jej ciągłej interpretacji (o czym więcej w podrozdziale 1.5.), dzięki czemu nigdy nie jest do końca obiektywna.

Wymienieni powyżej filozofowie i badacze zaznaczali oraz opisywali w swoich pracach elementy nawiązujące do konstruktywizmu, jednak, co ważne, nie nazywali tak tego kierunku. Dopiero w latach 70. XX wieku najpierw w USA na gruncie anglosaskim, a później w Europie – i tu w szczególności w Niemczech – współcześni badacze zaczęli pisać o konstruktywizmie jako takim. Kierunek ten opisywały niezależne dokonania w ramach odmiennych nauk, stąd do dziś termin ten występuje w wielu dziedzinach, często znacznie różniących się od siebie.

1.3. Medialne konstruowanie wiedzy o świecie

Niezależnie od dziedziny, z którą łączy się konstruktywistów, punktem wspólnym jest dla nich kwestionowanie obiektywizmu oraz dyskusje nad stopniem zniekształcania lub przeinaczania obserwowanych i badanych przedmiotów oraz treści. Podobnie jest w wypadku łączenia konstruktywizmu z mediami. Zmediatyzowanie wiedzy o świecie oraz możliwa manipulacja tworzona zarówno w mediach, jak i przez nie, jest tematem podejmowanym nie tylko przez badaczy ze szkoły konstruktywizmu, ale także naukowców z innych dyscyplin. Perspektywa konstruktywistyczna jest tu istotna ze względu na to, że wedle niej problem zafałszowania obrazów świata właściwie nie

⁶⁵ M. Wendland, op. cit., s. 117.

istnieje. Według konstruktywistów manipulacja jest bowiem nieodłącznie związana z procesem kształtowania rzeczywistości za pomocą komunikacji⁶⁶. W wypadku mediów taktyki manipulacyjne mogą być łączone m.in. z komunikacją werbalną bądź obrazową. Przekaz komunikowany za pomocą mediów dociera do odbiorców i kształtuje ich wyobrażenia o tym, co prezentowane. Dzieje się tak niejednokrotnie nawet w wypadku niechęci uznania przez odbiorcę emitowanego w danym medium przekazu za prawdziwy. Wszystko to za sprawą określonego sposobu użycia języka, trafiającego do osób odbierających przekaz. Co więcej, media są dla wielu podstawowym źródłem wiedzy i informacji o świecie⁶⁷. Odbiorcy mediów w dużej mierze nie konstruują rzeczywistości poprzez opieranie się na swoich indywidualnych obserwacjach, ale na obserwacjach cudzych, a więc medialnych. Określa się to mediatyzacją rzeczywistości społecznej, czyli procesem pośrednictwa mediów w poznawaniu świata przez człowieka. Prezentowana w mediach rzeczywistość nie jest dostępna dla człowieka bezpośrednio, zatem należy wziąć pod uwagę konsekwencje wynikające z takiego pośrednictwa, a więc kreowanie obrazu rzeczywistości pod wpływem wykorzystywanych przez media konstrukcji⁶⁸. To właśnie ze względu na ich użycie, można mówić o mediach jako o środku ukazującym zmediatyzowane, czyli zniekształcone obrazy świata, nie będące nigdy w całości wiernym odzwierciedleniem rzeczywistości. Biorąc pod uwagę powyższe, widać, jak ważna jest umiejętność dekodowania, a więc krytycznego odczytywania obrazów medialnych⁶⁹. Umiejętność ta kształtuje bowiem świadomość mediów u ich odbiorców.

Wątek ten, w kontekście wybranego przeze mnie do analizy medium, jakim jest telewizja, dobrze podsumowują słowa Jerzego Bralczyka, który pisze, że:

Trudno przecenić rolę telewizji w kreowaniu nie tylko pewnych obrazów rzeczywistości, ale także pewnych rodzajów świadomości. Nawet przy deklarowanej często niechęci do pojmowania przekazywanego przez telewizję obrazu otaczającego świata za prawdziwy, odbiorca nie może uniknąć wpływu tego, co telewizja jest w stanie z nim zrobić – dzięki specyfice swojego języka⁷⁰.

⁶⁶ M. Fleischer, *Media w perspektywie konstruktywizmu*, [w:] „2K – Kultura i Komunikacja”, nr 1-2, Wrocław 2005, s. 10.

⁶⁷ B. Skowronek, *Mediolingwistyka. Wprowadzenie*, Kraków 2013, s. 14.

⁶⁸ *Słownik terminologii medialnej*, red. W. Pisarek, Kraków 2006, s. 118-119.

⁶⁹ G. Ptaszek, *Jak badać medialny obraz świata?*, [w:] *Współczesne media. Medialny obraz świata*, t.1: *Zagadnienia teoretyczne*, red. I. Hofman, D. Kępa-Figura, Lublin 2015, s. 17.

⁷⁰ J. Bralczyk, *Język telewizyjny*, [w:] *Człowiek a telewizja*, red. K. Jakubowicz, B. Puszczerwicz, Warszawa 1990, s. 31.

Zacznijmy od źródeł konstruowania świata w mediach od strony nadawcy. To bowiem regularne praktyki w zakresie selekcji nadawczej, stosowane przez twórców przekazów medialnych, są niezwykle ważnym elementem w procesie kształtowania rzeczywistości społecznej w mediach. Na początku należy też wyraźnie zaznaczyć, że nadawca medialny to bardzo złożony konstrukt – rzadko: pojedyncza osoba. Nadawca ten to bowiem połączenie tak osoby pracującej w danej stacji i wybierającej sam temat (może być nią np. dyrektor programowy), jak i tych selekcyjnych potrzebnych do jego opisu materiały, a także samego dziennikarza (lub dziennikarzy) prezentującego treści na ekranie. Pisząc w pracy o nadawcy medialnym mam zatem na myśli wspomniany złożony konstrukt, a więc najczęściej kilka osób pracujących w danej stacji nad prezentowanym widzom przekazem. Jednak według jakich kryteriów każda ze stacji wybiera informacje, które później prezentuje dla swoich odbiorców? Dlaczego niejednokrotnie bywa tak, że zupełnie niezależne od siebie stacje wybierają i układają tematy wedle ich wagi w ten sam sposób? Dzieje się tak, ponieważ istnieje tzw. wartość informacji, a więc pewne wchodzące w skład informacji czynniki, które sprawiają, że nadawca sortuje tematy według ich ważności⁷¹. Czynnikiemami tymi są m.in. status informacji, przetwarzalność informacji na obraz, bliskość informacji dla odbiorcy, czy chociażby sama jej dynamika⁷². Z prawidłowościami rządzącymi wyborem informacji przez danego nadawcę należy wiązać zjawisko nazywane *gatekeepingiem* i osobę określaną jako *gatekeeper*.

Gatekeeping, czyli wielopoziomowa selekcja, wybiórczość informacji, oznacza proces, podczas którego informacje są niejako filtrowane, a więc właśnie selekcyjonowane, w celu ich późniejszej publikacji za pomocą środków komunikacji, takich jak chociażby telewizja czy internet⁷³. To właśnie tzw. *gatekeeper*, czyli osoba przekazująca informacje, decyduje nie tylko *jakie* informacje, ale przede wszystkim *w jaki sposób* zostaną one przekazane odbiorcom. Ze względu natomiast na to, że jest on ukształtowany poprzez społeczne, kulturowe bądź polityczne czynniki, które wpłynęły na niego wcześniej, przekazuje on te informacje w dany, niejako „zgodny ze sobą”, a więc ze swoimi przekonaniem sposób. Informacja jest zatem przekazywana odbiorcom

⁷¹ M. Chyliński, S. Russ-Mohl, *Dziennikarstwo*, Toruń 2019, s. 122.

⁷² Ibidem, s. 123.

⁷³ *Słownik terminologii medialnej*, op. cit., s. 65-66.

poprzez nadawcę, który opiera przekaz na osobistych bądź społeczno-kulturowych wpływach. Pomimo że zadaniem dziennikarza jest powstrzymanie się od subiektywnych opinii, wspomniane wpływy mogą w mniejszym lub większym stopniu uwidaczniać się w sposobie przekazywania przez niego informacji. Ostatecznie, zawartość danego serwisu informacyjnego zależy także od tego, czy nie doszło do sfabrykowania lub zmodyfikowania informacji, chociażby ze względu na przyjętą linię partyjną. Powodem zniekształcenia prezentowanego w mediach obrazu rzeczywistości może być zatem fakt wykorzystania ich m.in. jako środka do walki politycznej czy też jako narzędzia kontroli społecznej⁷⁴. I tak, stopień deformacji obrazów medialnych może się między sobą różnić – od słabego po bardzo silny, co najczęściej zależy od przyjętych założeń teoretycznych, które dotyczą roli mediów w danym społeczeństwie⁷⁵. *Gatekeeping* jest jednym z podstawowych składników procesu mediatyzacji rzeczywistości społecznej, co jest szczególnie istotne we współczesnych systemach komunikacji wśród społeczeństw oraz pomiędzy nimi. Dzieje się tak ze względu na fakt, że społeczeństwa charakteryzują się obecnie coraz większym przeładowaniem informacyjnym⁷⁶. Sprawia to, że ilość mniej lub bardziej istotnych informacji, które trafiają do odbiorców mediów jest tak duża, że przekracza ona możliwości ich percepcji.

Wspomniane aspekty mogą pociągać za sobą określone konsekwencje. Informacje, które z jakiejś przyczyny nie są odpowiednie dla dziennikarza (powodem może być odczuwana według niego np. kontrowersyjność lub delikatność tematu), ten może pominąć, co w konsekwencji skutkuje niejako kontrolowaniem odbiorców, a zatem społeczeństwa. Kontrola ta polega na zaprezentowaniu im, czyli dopuszczeniu do nich jedynie wyselekcjonowanych informacji w wybrany przez dziennikarza sposób. Przy czym, jak zostało zaznaczone powyżej, wybór informacji może zależeć zarówno od samego dziennikarza, jak i od polityki danej stacji.

Ze względu na to, że każde medium jest multimodalne, aspekt ten dotyczy także selekcji informacji w formie zdjęć, filmów, czy też napisów i obrazów emitowanych na ekranie w trakcie programu⁷⁷. Każda ze stacji telewizyjnych zanim wyemituje film przedstawiający konkretny problem, sytuację lub temat, wybiera go lub jego fragment z

⁷⁴ Ibidem.

⁷⁵ Ibidem, s. 118.

⁷⁶ Ibidem.

⁷⁷ G. Kress, T. van Leeuwen, (*The Critical*) *Analysis of Newspaper Layout*, [w:] *Approaches to Media Discourse*, red. A. Bell, P. Garrett, Oxford 1998, s. 186.

puli dostępnych, przesłanych wcześniej do stacji materiałów. Wynika z tego, że część z nich zostaje odrzucona, co jest równoznaczne z omawianą tu selekcją, a więc wyborem informacji. W wypadku magazynów porannych, selekcja oraz hierarchizacja informacji, które skutkują kształtowaniem opinii publicznej rozpoczyna się dla odbiorców już od wczesnych godzin rannych, co może wpływać na dalszą część ich dnia. Media tworzą pewien rodzaj agendy, ponieważ kierują uwagę widzów na dane wydarzenia, podczas gdy inne zostają przez nie zignorowane⁷⁸. Wyemitowane informacje są tymi, które zostały w danym dniu uznane przez określoną stację za najważniejsze do przekazania jej odbiorcom, a więc społeczeństwu.

Należy wziąć pod uwagę także sam punkt widzenia nadawcy, a więc w wypadku mediów – obserwatora, świadka lub reportera. Punkt widzenia to pewien sposób oceniania oraz wyjaśniania jakichś zagadnień i faktów. Jak pisze Jerzy Bartmiński, punkt widzenia jest czynnikiem podmiotowo-kulturowym, który decyduje o tym jak mówi się o danym przedmiocie⁷⁹. W wypowiedzi nadawcy uwidacznia się zatem tak sposób kategoryzacji przedmiotu, jak i wybór orzekanych o nim cech, które są utrwalone w znaczeniu⁸⁰. Nadawca, poprzez wykorzystanie dostępnych mu środków językowych, kreuje własny obraz danej sytuacji, którą chce w danym momencie opisać. Punkt widzenia nadawcy w mediach może być indywidualny lub podzielany z innymi. Obserwator zdarzeń – którym niekiedy bezpośrednio jest reporter, a innym razem świadek zdarzenia, z którym tamten przeprowadza wywiad – opisuje rzeczywistość konstruując ją, czyli kreując własny jej obraz. Ostateczny przekaz prezentowany odbiorcy jest wówczas podyktowany osobistymi spostrzeżeniami oraz własną selekcją bardziej lub mniej istotnych faktów. Kiedy punkt widzenia jest podzielany z innymi, łączy się to z kategorią „wspólnoty interpretacyjnej” zaproponowaną przez Stanleya Fisha⁸¹. Kategoria ta oznacza punkt widzenia wspólny dla danej grupy, który wynika zarówno z jej doświadczeń, jak i założeń czy idei⁸². Dla członków danej społeczności, niektóre kategorie pojęciowe i hierarchie ważności są wspólne. Interpretacja świata jest zatem w

⁷⁸ O. Dąbrowska-Cendrowska, *Poranny towarzysz i doradca. Polskie telewizje śniadaniowe na przykładzie programów Dzień Dobry TVN i Pytanie na śniadanie*, Warszawa 2014, s. 22.

⁷⁹ J. Bartmiński, *Punkt widzenia, perspektywa, językowy obraz świata*, [w:] *Językowy obraz świata*, red. J. Anusiewicz, J. Bartmiński, Lublin 1990, s. 105.

⁸⁰ Ibidem.

⁸¹ Zob. S. Fish, *Interpretacja, retoryka, polityka. Eseje wybrane*, tł. K. Abriszewski, red. A. Szahaj, Kraków 2002.

⁸² B. Skowronek, op. cit., s. 38-39.

tym wypadku efektem uwarunkowań społecznych i kontekstów pojęciowych, które łączą członków danej kultury.

Co więcej, należy pamiętać także o tym, że obecnie media na świecie w coraz większym stopniu posługują się informacjami pozyskanymi z innych źródeł. Tymi źródłami mogą być przekazy medialne prezentowane w innych krajach, a co za tym idzie – w innych kulturach. Oznacza to, że najczęściej w oryginalnym przekazie używany był inny język, co może mieć większy lub mniejszy wpływ na informację wtórną z wielu względów, takich jak chociażby możliwe błędy tłumaczeniowe. Problem ten jest jednak bardziej skomplikowany, ponieważ różnice między językami dotyczą przede wszystkim JOŚ. W każdej wypowiedzi przekazywane jest bowiem widzenie świata odpowiednie i indywidualne dla posługującej się danym językiem osoby. Wspomniane błędy mogą polegać zatem nie tylko na niepoprawnym tłumaczeniu dosłownym z języka obcego, ale także na niezrozumieniu, a przez to niemożliwości „przetłumaczenia” informacji z jednej kultury na drugą. Można nazwać to przekładalnością lub nieprzekładalnością kulturową. Język bowiem nie powstaje w próżni. Ucząc się go, zarówno w roli *native speaker*, jak i tłumacza, poznaje się także kulturę miejsca, z którego pochodzi lub w którym jest on używany. Tak jak w wypadku osoby utożsamianej z daną kulturą przychodzi to naturalnie, tak w wypadku tłumaczy czy dziennikarzy może być to lepszy lub gorszy stopień znajomości tego aspektu danego języka. Oznacza to, że osobą prawdziwie dwujęzyczną można nazwać jedynie tego, kto przyswoił sobie nie tylko dwa języki, ale także dwie kultury, w których języki te są używane.

Wreszcie, istnieje także ideologiczny punkt widzenia nadawcy, a więc też samego medium. Wówczas, wspomniany punkt widzenia może zależeć od poglądów lub przekonań politycznych danej stacji. Stacja to jednak ludzie i oprócz punktu widzenia jej dziennikarzy, redaktorów czy właścicieli, czasem, jeśli jest to nadawca publiczny, o prezentowanym punkcie widzenia może decydować państwo – a ściślej, rządzące nimi osoby.

Punkt widzenia łączy się także z pojęciem publicyzacji, która polega na przekazaniu przez dziennikarza wiadomości wraz z (mniej czy bardziej ukrytym) komentarzem. Informacja w czystej formie ostatnio rzadko spotykana jest nie tylko w programach łączących informację z rozrywką, czy programach publicystycznych, ale i w programach z założenia informacyjnych.

Omawiając konstruktywizm w mediach badany od strony nadawcy, należy wziąć pod uwagę także sam aspekt techniczny, który łączy się z tym, jak dane informacje są tworzone i przekazywane odbiorcom. Niejednokrotnie, pomimo prób przekazania treści w sposób jak najbardziej rzetelny i zgodny ze stanem faktycznym, sama forma przekazu narzuca pewną strategię odbioru, a przez to może także wpływać na ostateczne zrozumienie prezentowanych w mediach informacji. Znaczenie ma tu nie tylko wcześniej wspomniana selekcja, a więc wybór danych materiałów, ale także sam sposób ich prezentacji. Ważna jest w tym wypadku kolejność ich emisji, czas trwania określonych fragmentów, czy też wyróżnienie jakiejś informacji (np. za pomocą scenografii, kolorystyki i/lub formy elementów pojawiających się na ekranie, czy samego sposobu mówienia o danym zagadnieniu – ton głosu, pauzy, mimika, etc.). W serwisach informacyjnych lub programach informacyjno-rozrywkowych, podobnie jak w filmach dokumentalnych, sama konieczność zmontowania materiału sprawia, że przekaz formułowany jest w określony sposób.

Inną przyczyną zakłócenia odbioru przekazu informacji mogą być ograniczenia techniczne, które nakładane są z góry przez konkretne medium. Ograniczeniami takimi może być chociażby skrócony czas antenowy, przekazanie jedynie części informacji spowodowane problemami technicznymi, czy też ogólne regulacje dotyczące emitowania danych treści obowiązujące w konkretnym kraju.

Sam stopień zniekształcania wiadomości w przekazach medialnych również może znacząco różnić się od siebie. Niekiedy można dostrzec w wypowiedziach na temat omawianego wydarzenia jedynie odchylenia od stanu faktycznego, czy też niesprecyzowane informacje, prezentowane widzom w danym programie. Może to wynikać np. z niedostatecznego wykształcenia lub nierzetelnego podejścia osoby tworzącej dany przekaz. Innym razem mogą to być przyczyny prawne lub osobiste, połączone z niemożliwością uzyskania pełnych danych na temat omawianej sytuacji. Powodem może być także brak dokładnych danych dotyczących opisywanego zdarzenia, wynikający np. z zaniku pamięci osoby, z którą przeprowadzany jest wywiad. Stopień przekazywania niezgodnych ze stanem rzeczywistym informacji może być jednak także dużo wyższy. Może to być świadoma, a więc zamierzona manipulacja informacjami na temat świata realnego⁸³.

⁸³ J. Puzynina, *Słowo–wartość–kultura*, Lublin 1997, s. 123.

Przejdźmy do konstruowania świata w mediach od strony odbiorcy. W wypadku tej perspektywy ważna jest nie tylko wiedza odbiorcy o świecie, ale i jego kompetencja komunikacyjna. Nie jest to bowiem to samo. Można mieć wiedzę naukową na jakiś temat i poddawać się manipulacjom, jeśli nie wypracuje się kompetencji komunikacyjnej. Dla świadomego odbiorcy potrzebne jest zatem jedno i drugie. Jedynie grupa odbiorców, która jest zaznajomiona z regułami rządzącymi przekazem może w pełni świadomie partycypować w komunikacji telewizyjnej⁸⁴. Odbiorca, który ma dużą wiedzę ogólną, zarówno o swoim kraju, jak i innych państwach i ich kulturach, a do tego zna tzw. język telewizji, inaczej – a w tym przede wszystkim bardziej krytycznie – będzie odbierał prezentowane w mediach przekazy.

Różne style odbioru mogą wiązać się z wykształceniem oraz zawodem słuchacza czy widza. Przykładowo, lekarz inaczej będzie odbierał informacje związane z medycyną niż osoba wykonująca zawód mechanika. Wiedzę, którą na dany temat posiada odbiorca, można bowiem określić jako potoczna lub naukowa wiedza o rzeczywistości. Jak zaznacza Jolanta Maćkiewicz:

Wiedza potoczna, podobnie jak wiedza naukowa, ma na celu wyjaśnienie świata, ale – w odróżnieniu od wiedzy naukowej – jest bardziej praktyczna niż teoretyczna: pomaga człowiekowi osiągnąć doraźne cele, pozwala mu odnaleźć swoje miejsce w świecie, oswoić go i zapanować nad nim⁸⁵.

Tak wiedza naukowa, jak i kompetencja komunikacyjna, są zatem równie potrzebne do prawidłowego odczytania komunikatów medialnych. Sprawa nie jest zatem prosta i jak pisze Małgorzata Lisowska-Magdziarz⁸⁶, odbioru mediów trzeba się nauczyć:

(...) odbiorca niepostrzeżenie, stopniowo przyswaja sobie kody i konwencje rządzące określoną grupą komunikatów; pojawia się wiedza, rozwija się kompetencja, w miarę rozwoju kompetencji mogą się zrodzić upodobania i preferencje. Pewne gatunki,

⁸⁴ J. Bralczyk, *Język...*, op. cit., s. 29.

⁸⁵ J. Maćkiewicz, *Co to jest „językowy obraz świata?”*, [w:] „Etnolingwistyka: problemy języka i kultury”, red. J. Bartmiński, t. 11, Lublin 1999, s. 16.

⁸⁶ M. Lisowska-Magdziarz, *Media powszednie. Środki komunikowania masowego i szerokie paradygmaty medialne w życiu codziennym Polaków u progu XXI wieku*, Kraków 2008, s. 18.

kody, dyskursy odpowiadają emocjonalnym i poznawczym potrzebom, umiejętnie trafiają w gusta lub odzwierciedlają lęki i niepokoje odbiorcy⁸⁷.

Odbiorca sukcesywnie, w miarę odbierania kolejnych tekstów kultury, rozwija swoje kompetencje komunikacyjne. Poszerza się także jego wiedza o świecie, przez co konstruowanie rzeczywistości w mediach odbiera bardziej krytycznie. Odbiór telewizji nie jest bowiem stanem, a czynnością, która wyraża się za pomocą aktywności intelektualnej, a więc poznawczej⁸⁸. Oglądanie telewizji – przynajmniej w założeniu i jeśli nie każdorazowo to choćby w większości wypadków – powinno być więc czynnością celową, co łączy się także z wyborem określonego programu.

Autorka *Mediów powszednich...* zwraca uwagę na jeszcze inny aspekt⁸⁹. Dotyczy on sposobów przyswojenia nowych paradygmatów gatunkowych przez odbiorców. Lisowska-Magdziarz pisze m.in. o operze mydlanej, czy *talk-show*, ale aspekt ten dotyczyć może także programów telewizji śniadaniowej. Chodzi o przygotowanie lub brak przygotowania odbiorców do „nowych” gatunków, które wcześniej istniały jedynie w innych krajach – tu najczęściej mówi się o Stanach Zjednoczonych lub Europie Zachodniej w opozycji do adaptujących te programy z „opóźnieniem” krajów Europy Środkowej oraz Wschodniej. W konsekwencji, programy te dostają swego rodzaju „drugie życie” w innej rzeczywistości⁹⁰. I tu pada pytanie o to, czy gatunki te zostają dopasowane do odbiorców i jeśli tak to w jaki sposób, a także, m.in. o to jak odbiorcy będą je interpretować.

Można wyróżnić zatem dwie odrębne postawy odbiorców. Z jednej strony, może być to tzw. kompleksowa percepcja „rozumiejąca”, która ze względu na swoją czynność i analityczność oparta jest na krytycznym myśleniu, które obejmuje złożoność skutków między zjawiskami. W tym wypadku, odbiorca jest aktywnym uczestnikiem kultury medialnej i dostrzega różnice pomiędzy prezentowaną fikcją a przekazem zgodnym z rzeczywistością mającymi miejsce wydarzeniami. Z drugiej strony natomiast, może być to tzw. percepcja „mozaikowa”, która jest najczęściej bierna oraz bezkrytyczna i prowadzi do wyboru przez widza głównie znanych mu już elementów, co odpowiada

⁸⁷ Ibidem.

⁸⁸ M. Mrozowski, *Odbiorca jako współtwórca znaczeń*, [w:] *Człowiek a telewizja...*, op. cit., s. 76.

⁸⁹ M. Lisowska-Magdziarz, op. cit., s. 19.

⁹⁰ Ibidem.

uproszczonemu obrazowi świata⁹¹. Jak, przywołując badania Maryli Hopfinger, pisze Małgorzata Lisowska-Magdziarz⁹², ten, kto odbiera w sposób mozaikowy:

(...) słabo odróżnia materiały fikcyjne od dokumentalnych, nie rozumie reguł komunikacyjnych ani kryteriów doboru i selekcji treści, jakie z nim są związane. Zresztą, wcale go one nie obchodzą. Czyni go to wymarzonym klientem komercyjnie nastawionych mediów, jest bowiem łatwowierny i chętnie przyjmuje nowości. Jest jednocześnie podatny na medialne manipulacje, praktyczny zaś użytek, jaki mógłby czynić ze środków komunikowania masowego (na przykład do edukacji lub do świadomych wyborów politycznych), jest bardzo ograniczony⁹³.

W dodatku, jak podkreśla Bogusław Skowronek:

(...) odbiorcy nader często poszukują i akceptują tylko takie treści medialne, które wzmacniają i/lub potwierdzają ich dotychczasowe przekonania, ignorując lub unikając informacji, które mogłyby zakłócić ich równowagę kognitywno-afektywną⁹⁴.

Wszystkie wspomniane elementy wpływają ostatecznie na sposób konstruowania świata w mediach od strony odbiorcy, widoczny na tle sposobu użytkowania przez niego mediów. Wspomniane sposoby ukazują różnice odnośnie do użytkowania mediów i tego, ile w ich odbieraniu krytycyzmu, a ile bierności połączonej z podatnością na manipulacje.

Wreszcie, należy wspomnieć o jeszcze jednym badaczu związanym z opisywanym tematem i o jego koncepcji. Jednym z pierwszych współczesnych konstruktywistów, który zauważył i rozwinął widoczną tu korelację komunikacji, mediów i kultury jest wspomniany w pierwszym podrozdziale Siegfried J. Schmidt. Niemiecki badacz zaznaczył, że kultura niesie w sobie pewne programy sposobów postępowania oraz interpretacji wzorców rzeczywistości w danych społeczeństwach⁹⁵.

Według S.J. Schmidta:

⁹¹ Ibidem.

⁹² Ibidem.

⁹³ Ibidem.

⁹⁴ B. Skowronek, op. cit., s. 67.

⁹⁵ S. Michalczyk, op. cit., s. 30.

(...) na płaszczyźnie społecznej język służy społeczeństwu jako instytucja społecznej kontroli oraz koordynacji zachowania jednostek za pomocą kulturowo zaprogramowanych znaczeń. Do tych znaczeń odnoszą się społeczne oczekiwania skierowane na tzw. rozumienie. Użytkownicy języka potwierdzają swe kompetencje w sytuacjach komunikacyjnych, gdy wytwarzają połączone działania komunikacyjne, które odpowiadają każdorazowo oczekiwaniom innych użytkowników⁹⁶.

Wspomniane „rozumienie” to swego rodzaju działanie kognitywne, które wykonywane jest w trakcie odbierania danej oferty medialnej⁹⁷. Media w wymiarze kulturowym definiuje on dość szeroko. Są nimi m.in. języki, które służą jako semiotyczne narzędzie do komunikacji, ale także materialne wymiary komunikacji jak chociażby prasa. Medium może być także np. komputer lub wydawnictwo, jako odpowiednio techniczny środek lub społeczna organizacja potrzebne do stworzenia i rozpowszechnienia oferty medialnej. Ostatecznie, medium może być także sama konkretna oferta medialna, a w tym m.in. program telewizyjny⁹⁸. Model autorstwa Schmidta sformułowany przez niego w latach 90. XX wieku, niekiedy nazywany jest modelem konstruktywizmu medialno-kulturowego i w naukach o mediach wykorzystywany jest także obecnie. Według badacza każdy uczestnik kultury pod wpływem społeczeństwa, a więc m.in. komunikacji i mediów, które są ze sobą połączone, konstruuje rzeczywistość poprzez tworzenie własnego jej porządku.

Badacz dodaje też, że:

Komunikację jako proces społeczny konstytuuje nie psychiczna intencja czy też pozostająca w izolacji wypowiedź, lecz dopiero oferta medialna, do której odnosi się inna [oferta] jako dowód rozumienia⁹⁹.

Oferty medialne mogą być produkowane i odbierane zatem jedynie wówczas, gdy wykonawcy posługują się środkami komunikacyjnymi w sposób, który jest znany i

⁹⁶ S. J. Schmidt, *Konstruktywizm jako teoria mediów*, [w:] *Konstruktywizm w badaniach literackich. Antologia*, red. E. Kuźma, J. Madejski, A. Skrendo, Kraków 2006, s. 315.

⁹⁷ Ibidem, s. 315-316.

⁹⁸ S. Michalczyk, op. cit., s. 30.

⁹⁹ S.J. Schmidt, op. cit., s. 317.

rozumiany w obrębie danej kultury, której uczestnicy są odbiorcami przekazów. Łączność ta jest niezbędna dla obu stron tej komunikacji. Nie znaczy to jednak, że oferty medialne będą zawsze rozumiane zgodnie z subiektywnym założeniem ich producentów. Ze względu na mnogość możliwych interpretacji przez – również konstruujących swój świat – odbiorców, jest to niemożliwe do zrealizowania. Media są jednak nieodzownymi instrumentami zarówno socjalizacji, jak i komunikacji¹⁰⁰. Co więcej, komunikację rozpoczyna się i podtrzymuje dzięki wspomnianym ofertom medialnym¹⁰¹. To one tworzą bowiem pole do kolejnych interpretacji, komentarzy czy ocen.

Opisane powyżej kwestie dotyczące konstruktywizmu w mediach wciąż ewoluują i podlegają zmianom m.in. ze względu na rozwój języka, ale także dynamizację samych mediów. Obecnie to już nie tradycyjna telewizja, która jako pierwsza łączyła w sposób audiowizualny słowo i obraz, lecz internet stwarza nowe możliwości oraz wyzwania dla konstruktywistów. Zmianie ulega istota oraz sposoby konstruowania rzeczywistości wirtualnej, m.in. poprzez możliwość uczestnictwa odbiorców w jej tworzeniu¹⁰². Wszystko to jeszcze bardziej zaciera granice realności medialnej oraz wzbudza kolejne wątpliwości dotyczące rzeczywistości i możliwości jej poznania.

1.4. Językowy obraz świata

Pojęcie „językowy obraz świata”, w literaturze tematycznej często zapisywane jako „JOS” lub „JOŚ”, pojawiło się w polskim językoznawstwie po raz pierwszy w roku 1978, kiedy Walery Pisarek, poprzez użycie odniesień do amerykańskiej hipotezy Sapira-Whorfa, upowszechnił jego definicję w *Encyklopedii wiedzy o języku polskim*¹⁰³. Badacz podkreślił w niej, że między obrazami świata odbitymi we współczesnych językach narodowych można dostrzec znaczne różnice, które spowodowane są chociażby odmiennymi warunkami bytowania danych społeczeństw¹⁰⁴. W związku z tym, najbardziej rozwinięta część leksyki danego języka odnosi się do zjawisk, które dla

¹⁰⁰ Ibidem, s. 326.

¹⁰¹ Ibidem, s. 320.

¹⁰² S. Michalczyk, op. cit., s. 41.

¹⁰³ W. Pisarek, *Językowy obraz świata*, [w:] *Encyklopedia wiedzy o języku polskim*, red. S. Urbańczyk, Wrocław 1978, s. 143.

¹⁰⁴ Ibidem.

danego narodu mają największe znaczenie. Język ukształtowany jest zatem w pewnym stopniu poprzez doświadczenie tworzącej go i posługującej się nim wspólnoty i przez to niejako sam determinuje oraz konstruuje sposób widzenia świata, czyli obraz rzeczywistości¹⁰⁵. Od czasu wydania wspomnianego tomu nie tylko językoznawcy, ale także wielu badaczy z innych dziedzin, takich jak chociażby socjologia, filozofia czy psychologia, zajmowało się tematami – w mniejszym lub większym stopniu – związanymi z tym zagadnieniem.

Jak podkreśla Jerzy Bartmiński¹⁰⁶, pojęcie „językowy obraz świata” nie jest proste do zdefiniowania, jednak naukowcy zajmujący się tym tematem najczęściej zgodnie przyznają, że jest to zespół pewnych sądów o otaczającej rzeczywistości, a więc są to rezultaty konceptualizacji świata, które znalazły swoje odzwierciedlenie w m.in. słownictwie¹⁰⁷. Głównym zadaniem opisów JOS jest ukazanie związku pomiędzy językiem i ludzkim myśleniem o świecie¹⁰⁸. Pojęcie to dotyka zatem problemu stosunku języka do rzeczywistości, a więc jednego z podstawowych problemów związanych z teorią języka¹⁰⁹. Jak pisze Renata Grzegorzczkova, językowy obraz świata można rozumieć jako strukturę pojęciową utrwaloną w systemie danego języka i realizującą się za pomocą tekstów¹¹⁰. Ryszard Tokarski dodaje, że JOS 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”¹¹¹. Biorąc pod uwagę stosunek języka do rzeczywistości, można tym samym stwierdzić, że język nie odzwierciedla, a interpretuje świat. JOS to więc wyrażana za pomocą znaków interpretacja rzeczywistości, która jawi się jako wyobrażenia czy przekonania o otaczającym nas świecie¹¹². JOS nie jest jednak

¹⁰⁵ Ibidem.

¹⁰⁶ J. Bartmiński, *Językowe podstawy obrazu świata*, Lublin 2007, s. 7.

¹⁰⁷ Ibidem.

¹⁰⁸ R. Tokarski, *Skrypty w językowym i tekstowym obrazie świata*, [w:] *Współczesne media. Medialny obraz świata*, t. 1: *Zagadnienia teoretyczne*, red. I. Hofman, D. Kępa-Figura, Lublin 2015, s. 49.

¹⁰⁹ R. Grzegorzczkova, *Pojęcie językowego obrazu świata*, [w:] *Językowy obraz świata*, red. J. Bartmiński, Lublin 1990, s. 39.

¹¹⁰ Ibidem, s. 41.

¹¹¹ R. Tokarski, *Słownictwo jako interpretacja świata*, [w:] *Encyklopedia kultury polskiej XX wieku*, t. 2: *Współczesny język polski*, red. J. Bartmiński, Wrocław 1993, s. 358.

¹¹² J. Bartmiński, *Językowe podstawy...*, op. cit., s. 12.

widzeniem podmiotowym, jednostkowym. Językowy obraz świata jest obrazem ponadjednostkowym, a więc społecznym, ponieważ jest on przenoszony w różnorodnych formach komunikacji międzyludzkiej. Jak podkreśla Ryszard Tokarski, badania nad językowym obrazem świata pozostają w ścisłym związku z kulturą, która rozumiana jest jako sposoby konceptualizacji świata zrelatywizowane przez społeczeństwo¹¹³.

Językowy obraz świata to interpretacja rzeczywistości zakłeta w języku. Interpretacja ta oddaje mentalność jej twórców oraz odpowiada ich punktowi widzenia¹¹⁴. Dociera się do niej poprzez analizę danych językowych, dzięki której można rozszyfrować różnego rodzaju mechanizmy, w tym także te psychospołeczne, które rządzą kategoryzowaniem danego zjawiska¹¹⁵. Jak pisze Jolanta Maćkiewicz, kategoryzacja i interpretacja są ze sobą połączone, a „widzenie świata jest zawsze widzeniem w określony sposób, z określonej perspektywy”¹¹⁶. Co więcej, w każdym języku zawarty jest ogląd świata właściwy tylko niemu, co wskazuje na możliwą mnogość interpretacji¹¹⁷. Dzięki kategoryzacji, a więc uporządkowaniu, człowiek nie tylko interpretuje, ale przede wszystkim lepiej rozumie świat.

Elementami językowego obrazu świata są obrazy obiektów, a więc fragmentów rzeczywistości¹¹⁸. Język jest narzędziem i służy do ich interpretacji, która ze względu na wspomniane wcześniej różne punkty widzenia jest dla każdego indywidualna. To z kolei wskazuje na wielowarstwowość i wieloaspektowość językowego obrazu świata¹¹⁹. Według Jerzego Bartmińskiego, słowa nie odwzorowują rzeczy w sposób fotograficzny, lecz „portretują” je mentalnie¹²⁰. Co więcej, wspomniane rzeczy (obiekty) nie istnieją w izolacji¹²¹. Każdy z nich może wpływać na inne, ponieważ są elementami większej całości.

Jak pisze Jerzy Bartmiński, wielość punktów widzenia utrwalonych zarówno w kulturze, jak i języku, jest miernikiem bogactwa kultury¹²². Człowiek jako twórca języka,

¹¹³ R. Tokarski, *Językowy obraz świata a niektóre założenia kognitywizmu*, [w:] „Etnolingwistyka: problemy języka i kultury”, red. J. Bartmiński, nr 9-10, Lublin 1998, s. 9.

¹¹⁴ Ibidem, s. 14.

¹¹⁵ Ibidem, s. 15.

¹¹⁶ J. Maćkiewicz, *Kategoryzacja a językowy obraz świata*, [w:] *Językowy obraz świata*, op. cit., s. 53.

¹¹⁷ J. Maćkiewicz, *Co to jest „językowy obraz świata?”*, op. cit., s. 8.

¹¹⁸ Ibidem, s. 12.

¹¹⁹ Ibidem, s. 21.

¹²⁰ J. Bartmiński, *Punkt widzenia...*, op. cit., s. 105.

¹²¹ J. Maćkiewicz, *Co to jest „językowy obraz świata?”*, op. cit., s. 14.

¹²² J. Bartmiński, *Punkt widzenia...*, op. cit., s. 111.

przynależy do danego kręgu kulturowego, w którym obowiązują pewne reguły, związane z wartościowaniem. Zdobyte danego społeczeństwa, takie jak system wartości, tradycje czy wiara są utrwalone w języku – zarówno w formie różnorodnych tekstów jak i języka samego w sobie¹²³. Na interpretację rzeczywistości wpływa zatem i kultura, i język, który jest w mniejszym lub większym stopniu odbiciem wiedzy o świecie oraz doświadczeń związanych z funkcjonowaniem w tym świecie.

Analiza słownictwa, a w tym także konotacji danego wyrazu, pomaga w odtworzeniu językowego obrazu świata¹²⁴. Semantyka zawiera bowiem obraz oraz interpretację rzeczywistości, widzianą oczami użytkowników danego języka¹²⁵. JOS powstaje z antropocentrycznego punktu widzenia i z takiej perspektywy powinien także być badany. Podmiotem procesu interpretacji językowego obrazu świata jest człowiek. Obraz ten może służyć również do integracji w ramach danej grupy, społeczeństwa lub państwa i budować poczucie tożsamości¹²⁶.

Warto także zaznaczyć, że język naukowy i potoczny niosą za sobą inaczej skonstruowane obrazy świata. Podczas gdy osoby posługujące się językiem nauki będą możliwie wiernie odwzorowywać rzeczywistość, kształtując jej obraz, tak osoby posługujące się językiem potocznym będą robić to w mniejszym stopniu.

Wspomniany aspekt trafnie reasumują słowa Ryszarda Tokarskiego:

Obraz naukowy kształtowany jest przede wszystkim przez odniesienia do rzeczywistości, a przynajmniej dąży do możliwie wiernego jej odwzorowania. Obraz świata zawarty w języku ogólnym, zwany niekiedy obrazem naiwnym bądź potocznym, uwzględnia zarówno obiektywnie dane cechy rzeczywistości, jak też kulturowe uwarunkowania rządzące myśleniem i ocenami człowieka. Naukowe poznanie świata i pochodny od niego naukowy obraz świata są zasadniczo wspólne ludziom mówiącym różnymi językami, z kolei potoczny obraz świata jest utrwalony i odtwarzany poprzez język ogólny i dlatego każdy język narodowy ma sobie tylko właściwy obraz świata¹²⁷.

¹²³ E. Łuczyński, J. Maćkiewicz, *Językoznawstwo ogólne. Wybrane zagadnienia*, Gdańsk 2002, s. 142.

¹²⁴ D. Kępa-Figura, P. Nowak, *Językowy obraz świata a medialny obraz świata*, [w:] „Zeszyty Prasoznawcze”, nr 1-2, Kraków 2006, s. 52.

¹²⁵ E. Łuczyński, J. Maćkiewicz, op. cit., s. 143.

¹²⁶ D. Kępa-Figura, P. Nowak, *Językowy obraz świata...*, op. cit., s. 58.

¹²⁷ R. Tokarski, *Słownictwo jako interpretacja...*, op. cit., s. 347.

Podsumowując, język jest narzędziem komunikacji, które kumuluje w sobie i utrwała doświadczenia społeczne¹²⁸. Dzięki doświadczeniom tym, człowiek poprzez język może zarówno wyrażać swoje opinie na temat rzeczywistości, jak i ją wartościować. Leksyka danego języka, a w tym znaczenia poszczególnych wyrazów, niosą w sobie pewne społecznie utrwalone sposoby kategoryzowania oraz oceny rzeczywistości¹²⁹. Znaczenia te niejako odwzorowują zarówno intelektualny, jak i emocjonalny stosunek podmiotu do łączonych z danymi pojęciami fragmentów rzeczywistości pozajęzykowej, a w tym także wartości.

1.5. Medialna wizja świata

Przed przystąpieniem do analizy programów telewizyjnych należy przyjrzeć się bliżej tzw. „medialnemu obrazowi świata” oraz zastanowić się nad tym, jak powinno się go badać. W ciągu ostatnich lat wydano kilka publikacji opisujących nieco szerzej zagadnienia związane z MOS. Wśród najobszerniejszych z nich można wymienić tomy z serii *Współczesne media* wydawane przez wydawnictwo UMCS¹³⁰. Są one swego rodzaju kompendium najważniejszych pojęć medioznawczych z tego zakresu oraz zawierają wiele szczegółowych rozważań na ten temat, dających pole do dalszej dyskusji i badań. W porównaniu do publikacji dotyczących językowego obrazu świata, MOS to jednak wciąż dosyć nowe i rzadko opracowywane zagadnienie.

Zacznijmy zatem od rozróżnienia pomiędzy opisanym w poprzednim podrozdziale JOŚ a medialnym obrazem, czy też – bardziej przydatną do mówienia o mediach – medialną wizją świata. Jak podkreśla Jolanta Maćkiewicz, JOŚ można rozumieć jako „obraz świata” utrwalony w danym języku:

¹²⁸ Ibidem, s. 343.

¹²⁹ Ibidem.

¹³⁰ W 2015 roku w Lublinie wydano dwa tomy dotyczące współczesnych mediów i zagadnień związanych z medialnym obrazem świata. Obie publikacje, wydane przez lubelski Uniwersytet Marii Curie Skłodowskiej, zawierają razem kilkadziesiąt artykułów naukowych na ten temat. Zob. *Współczesne media. Medialny obraz świata*, t. 1: *Zagadnienia teoretyczne*, red. I. Hofman, D. Kępa-Figura, Lublin 2015; Zob. *Współczesne media. Medialny obraz świata*, t. 2: *Studium przypadku*, red. I. Hofman, D. Kępa-Figura, Lublin 2015.

Obraz świata to – w aspekcie genetycznym – odbicie doświadczenia poznawczego jakiejś społeczności, w aspekcie statycznym (opisowym) – określony sposób odwzorowania świata, w aspekcie pragmatycznym – takie modelowanie rzeczywistości, które umożliwia poruszanie się w niej¹³¹.

Językowy obraz świata jest zatem intersubiektywny, ponieważ jest on utrwalony w intersubiektywnym systemie językowym, a nie tworzony przez człowieka w trakcie odbioru różnego rodzaju przekazów. Jest on zawarty w każdym języku etnicznym i zawsze jest społeczny. JOŚ jest oddaną w języku rzeczywistością kulturową społeczeństwa, gdzie zawarte są m.in. jego tradycje, zwyczaje czy idee.

Wizja świata jest natomiast subiektywna i odczytuje się ją z tekstów (m.in. przekazów medialnych), w których jest zawarta. Informacje prezentowane w różnego rodzaju przekazach zaczynają funkcjonować jako tematy, czy też obrazy w głowach ich odbiorców. Jak podkreśla Ryszard Tokarski termin „medialny obraz świata”, nazywany też niekiedy „medialną wizją świata” oznacza opis wybranego zdarzenia realnego, jednak ukształtowany odmiennie, ponieważ zależnie od przyjętego w makrointencji punktu widzenia¹³². Punkt widzenia jest więc w tym wypadku podmiotowo-kulturowy. Fundamentem medialnej wizji świata są komunikacja i media, które nie są istotne dla JOŚ, ponieważ ten nie powstaje dzięki nim, a samoczynnie utrwała się w języku¹³³. Medialna wizja świata może wyrażać się tak w języku, jak i obrazie, a więc w danych multimodalnych, na co nakłada się punkt widzenia skomplikowanego nadawcy medialnego (jak zostało wspomniane wcześniej, nie jest nim bowiem nigdy jedna osoba). Podczas gdy JOŚ jest obrazem społecznym, a więc wspólnym, tak każde medium może konstruować własną wizję świata, która różni się od tych ukazywanych w innych mediach nie tylko samą selekcją informacji, ale także m.in. ich układem i samym sposobem przedstawiania – a w tym także wyróżniania lub ukrywania – danych wydarzeń¹³⁴. Ważne jest więc nie tylko to *co* prezentuje dane medium, ale także *jak* jest to kreowane i przedstawiane. Media konstruują obraz, który odbierany jest przez czytelników lub

¹³¹ J. Maćkiewicz, *Słowo o słowie. Potoczna wiedza o języku*, Gdańsk 1999, s. 9.

¹³² P. Nowak, R. Tokarski, *Medialna wizja...*, op. cit., s. 19.

¹³³ J. Pleszczyński, *Światoobrazy, obrazy świata i wizje świata*, [w:] *Współczesne media. Medialny obraz świata*, t. 1: *Zagadnienia teoretyczne*, Lublin 2015, s. 65.

¹³⁴ P. Nowak, R. Tokarski, *Medialna wizja...*, op. cit., s. 12.

widzów, którzy później (często w dużej mierze na jego podstawie) tworzą swój własny obraz rzeczywistości.

Medialny obraz świata, czy też medialna wizja świata, są zatem wyspecyfikowaną, uszczegółowioną formą JOS i zawsze są w nim zawarte¹³⁵. Odchodząc od niego zupełnie, obrazy czy wizje te byłyby niezrozumiałe – nie można bowiem w całości odciąć się od wspólnej, społecznej bazy kulturowej. Jak w swoim artykule podkreślają Danuta Kępa-Figura oraz Paweł Nowak, MOS jest przetworzeniem, a więc reinterpretacją językowego obrazu świata¹³⁶. Oznacza to, że całkowite wykroczenie medialnego obrazu świata poza JOS nie jest możliwe. Językowy obraz świata to struktura pojęciowa, która uwidacznia się w każdym z języków za pomocą tekstów, tak też przy badaniu samego medialnego obrazu świata każdorazowo trzeba pozostać przy materii języka¹³⁷. MOS nie jest zatem nową jakością, która powstała i ewoluuje samoczynnie, w oderwaniu od języka opisującego rzeczywistość z antropocentrycznego punktu widzenia. Przeciwnie, medialny obraz świata w oderwaniu od JOS byłby ucieczką od kultury samej w sobie¹³⁸.

Kolejną cechą medialnego obrazu świata jest też to o czym pisał Marshall McLuhan – żyjący w XX wieku kanadyjski medioznawca i autor jednej z najważniejszych prac z tej dziedziny: *Understanding Media. The Extensions of Man (Zrozumieć media: przedłużenia człowieka)* wydanej po raz pierwszy w 1964 roku. McLuhan udowodnił w niej, że „medium is the message”, co oznacza, że sam środek przekazu także jest przekazem¹³⁹. Wynika z tego, że dla McLuhana charakter danego medium, czyli środka komunikacji, ma niekiedy większy wpływ na odbiorcę niż sama przekazywana informacja. Pomimo że autor w swoich badaniach uwzględnił ogół zjawisk medialnych, najważniejszym przekąźnikiem w kulturze była dla niego telewizja, będąca wówczas najnowszym i dopiero co rozwijającym się medium. Według McLuhana to ona, bardziej niż każde inne medium, dociera do współczesnego człowieka, żyjącego wśród ciągle rozwijających się mediów. W rezultacie, oprócz tego, że telewizja wpływa na wyobraźnię odbiorcy, zmienia ona także jego styl życia i postrzeganie rzeczywistości¹⁴⁰.

¹³⁵ *Odmiany językowego obrazu świata | ABC Humanistyki #47 | prof. Bogusław Skowronek*, <https://www.youtube.com/watch?v=btMv3Ssaabs> [dostęp: 10.01.2020].

¹³⁶ D. Kępa-Figura, P. Nowak, *Językowy obraz świata...*, op. cit., s. 59.

¹³⁷ Ibidem, s. 51.

¹³⁸ Ibidem.

¹³⁹ Zob. M. McLuhan, *Zrozumieć media. Przedłużenia człowieka*, Warszawa 2004.

¹⁴⁰ J. Szmyd, *Medialny obraz rzeczywistości jako główna orientacja poznawcza i praktyczna w świecie*, [w:] *Medialny obraz rodziny i płci*, red. K. Pokorna-Ignatowicz, s. 14-19.

Choć telewizja wciąż jest ważnym medium, obecnie to internet – a w tym również telewizja w internecie – jest tym środkiem przekazu, które uznawane jest wśród społeczeństw za najbardziej powszechne. Dzięki internetowi możemy mówić o tzw. „usieciowieniu” mediów tradycyjnych¹⁴¹. Prasę, radio czy telewizję możemy znaleźć obecnie także na odpowiadających im stronach internetowych, które dla młodego pokolenia są często ich jedyną znaną im formą. Media są dzisiaj dla człowieka swego rodzaju przewodnikiem po otaczającym świecie. Podsumowują to słowa Bogusława Skowronka, który podkreśla, że:

Nie ulega wątpliwości, że współczesne media, będąc dla większości użytkowników swoistą „instrukcją obsługi” rzeczywistości i uczestnicząc w procesie nadawania znaczeń, dostarczają konkretnych wzorców językowych oraz współkreują językowe obrazy świata. Obszar znaczeń kreowanych przez poszczególne media, to więc nie tylko właściwa im treść poznawcza, ale również językowy sposób jej konstruowania. Medialne konceptualizacje rzeczywistości uzyskują ekspresję (konkretny kształt) we właściwym dla danego medium użyciu języka i form porozumiewania się¹⁴².

Podobnie zatem jak język, media konstruują i objaśniają ich użytkownikom sensory, które dotyczą różnorodnych sfer wchodzących w skład otaczającej człowieka rzeczywistości. Czyniąc to, tworzą one odpowiednie dla danego społeczeństwa medialne obrazy, czy też wizje świata. Media nie odzwierciedlają zatem fragmentów rzeczywistości, a interpretują je, używając do tego odpowiednich im – a więc werbalno-obrazowych – narzędzi.

Zatrzymajmy się przy perspektywie nadawczej. Jak zatem powstaje ten medialny obraz świata? Amerykański dziennikarz i intelektualista, Walter Lippmann, był jednym z pierwszych badaczy, którzy uważali, że medialny obraz rzeczywistości nigdy nie może być zupełnie obiektywny. Podkreślał on, że obraz ten jest zniekształcony i uproszczony poprzez media, których twórcy konstruują go subiektywnie, wskutek własnego doświadczenia¹⁴³. Granica pomiędzy fikcją a faktami prezentowanymi w przekazach

¹⁴¹ B. Skowronek, *Technologia. Multimodalność. Komunikacja. Nowe wyzwania dla mediolingwistyki*, [w:] *Współczesne media. Media multimodalne*, t. 1: *Zagadnienia ogólne i teoretyczne. Multimodalność mediów drukowanych*, red. I. Hofman, D. Kępa-Figura, Lublin 2018, s. 13.

¹⁴² B. Skowronek, *Mediolingwistyka...*, op. cit., s. 13.

¹⁴³ G. Ptaszek, op. cit., s. 13.

medialnych jest przez to coraz bardziej płynna¹⁴⁴. Według Lippmanna działania jednostki oparte są na przekazanych jej bądź skonstruowanych przez nią samą obrazach, nie zaś na bezpośredniej i pewnej wiedzy¹⁴⁵. Poprzez prezentowany w mediach obraz odbiorca poznaje fragmenty rzeczywistości zatem jedynie w sposób pośredni, zależny od wcześniejszej koncepcji jego autorów. Spostrzeżenia te dobrze podsumowują i dopełniają słowa Pawła Nowaka i Ryszarda Tokarskiego, zawarte w ich artykule dotyczącym medialnej wizji świata:

Świat przedstawiany w mediach jest światem szczególnym. Z jednej strony spośród ogromu zdarzeń otaczającego nas świata przekaz medialny eksponuje te, które z jakichś powodów jego twórcy uznają za ważniejsze, bardziej odpowiadające hipotetycznym gustom odbiorcy czy też traktują jako skuteczniejsze przy kształtowaniu potrzebnych postaw i zachowań. Proste porównanie choćby zawartości serwisów informacyjnych nadawanych w tym samym dniu, tygodniu czy miesiącu pokazuje, jak różne mogą być kryteria uznania konkretnego zdarzenia za fakt medialny. Z drugiej strony to samo zdarzenie w dwóch różnych mediach bywa interpretowane i wartościowane w skrajnie odmienny sposób, a wprowadzane argumentacje, w tym również sposób językowego ukształtowania wypowiedzi, budują obrazy niekiedy zupełnie przeciwstawne, od pełnej aprobaty, poprzez dystansowanie się czy ambiwalencję ocen, aż po aksjologiczną negację¹⁴⁶.

Mamy tu zatem do czynienia z jednej strony z selekcją, z drugiej, z interpretacją. Ostateczna forma i treść prezentowanych informacji zależna jest m.in. od wspomnianej selekcji, która łączy się ze swego rodzaju indywidualnym kluczem doboru emitowanych przekazów przez dane medium (np. wybraną stację telewizyjną). Selekcja nie jest tu jednak jedyną składową. W konstruowaniu medialnej wizji świata ważne jest także następujące po niej kształtowanie obrazowe i językowe, a więc chociażby sposób prezentacji, stopień subiektywizmu dziennikarzy, etc.

Przejdźmy teraz do perspektywy odbiorczej. Interpretacja przekazu przez odbiorcę zależy m.in. od poziomu jego własnej wiedzy oraz umiejętności myślenia krytycznego. W konsekwencji czynniki te wpływają na jak najbliższe założeniom nadawcy

¹⁴⁴ I. Biernacka-Ligięza, *Kultura mediów a budowanie lokalnego obrazu świata*, [w:] *Współczesne media. Medialny obraz świata*, t. 1: *Zagadnienia teoretyczne*, Lublin 2015, s. 305.

¹⁴⁵ W. Lippmann, *Public Opinion*, Moneola – New York 2004, s. 14.

¹⁴⁶ P. Nowak, R. Tokarski, *Medialna wizja...*, op. cit., s. 9.

zrozumienie przesyłanego komunikatu przez odbiorcę. Pisze o tym Jadwiga Puzynina, która podkreśla, że:

Odbiór komunikatu jest bardzo uzależniony od cech osobowych, poziomu wiedzy i kultury odbiorcy, jego aktywności mentalnej, sytuacji, w jakiej się znajduje. Im lepiej odbiorca jest w stanie zrozumieć intencje nadawcy, tym skuteczniejszy staje się akt komunikacji¹⁴⁷.

W wypadku mediów wspomniane aspekty są szczególnie ważne, ze względu na to, że ich zadaniem jest z założenia nie tylko przekaz informacji, ale też kształtowanie, kreowanie postaw ich odbiorców¹⁴⁸. Za pomocą takiego działania wpływa się także na wyznawane przez widzów wartości i na ich światopogląd.

Co więcej, Walter Lippmann pisał, że daną rzecz czy wydarzenie, można zrozumieć jedynie kontrastując je z naszą poprzednią wiedzą na ich temat lub z przekazaną nam przez kogoś innego informacją o nich w danym momencie. Jednakże wiele z tych wcześniej uzyskanych informacji jest zapośredniczonych w wyniku przekazu medialnego, który często przekształca ich oryginalną formę¹⁴⁹.

Medialna wizja świata może różnić się w zależności od widza, ponieważ sami odbiorcy i ich wcześniej zdobyta wiedza także różnią się między sobą. Obraz kreowany w mediach może utrzymywać stereotypy i poglądy, niekiedy wzmacniając je w oczach odbiorców, a innym razem ułatwiając zrozumienie i akceptację ich zmiany z tradycyjnych na zupełnie nowe¹⁵⁰. Jan Szmyd pisze, że odbiorca konstruuje swój świat i orientuje się w nim, w dużej mierze dzięki kontaktowi z medialnym obrazem rzeczywistości¹⁵¹. Ludzka komunikacja ze światem opiera się na medialnym obrazie rzeczywistości, który pozwala ludziom orientować się w świecie, rozpoznawać go i rozumieć. Dominacja obrazu medialnego – zwłaszcza w obecnym świecie, czyli w epoce mediów – pomniejsza jednak w tej komunikacji rolę innych wizerunków rzeczywistości, takich jak wizerunki naukowe czy zdroworozsądkowe, które są bardziej godne zaufania niż media¹⁵². Należy

¹⁴⁷ J. Puzynina, *Słowo–wartość–kultura*, Lublin 1997, s. 27.

¹⁴⁸ Ibidem, s. 9-10.

¹⁴⁹ W. Lippmann, *Public Opinion*, <http://www.gutenberg.org/cache/epub/6456/pg6456.html> [dostęp: 12.02.2021].

¹⁵⁰ *Medialny obraz rodziny i płci*, red. K. Pokorna-Ignatowicz, Kraków 2012, s. 7.

¹⁵¹ J. Szmyd, op. cit., s. 13.

¹⁵² Ibidem, s. 14.

zastanowić się jak bardzo ów ofensywny, ale jednak atrakcyjny dla widzów medialny obraz świata odtwarza i ukazuje, a na ile kreuje rzeczywistość w oczach odbiorców. Jeśli kierujemy się perspektywą konstruktywistyczną, to MOS nigdy w pełni nie odtwarza rzeczywistości, nie jest to w jego wypadku możliwe. Zawsze musi być to zatem jej interpretacja. Badania na temat tego zagadnienia rozwijam w czwartym rozdziale mojej pracy, zawierającym analizę konstruowania medialnego obrazu świata na podstawie wykonanego studium porównawczego amerykańskich i szwedzkich programów telewizji porannej.

Jak badać medialny obraz świata? Jak zaznacza Grzegorz Ptaszek, obraz ten jest wytworem danego autora, który kreuje go z myślą o konkretnych odbiorcach. Obraz ten można badać zatem biorąc pod uwagę dwie perspektywy: pierwsza to analiza treści, zaś druga to analiza odbioru¹⁵³. Podejmując pierwszą perspektywę badacz analizuje informacje podawane przez media – ich formę, treść, język, dźwięk, obraz i ewentualne ukryte znaczenia danego przekazu. Analiza ta pozwala na badanie związków między treścią przekazów a rzeczywistością, co ma na celu ujawnienie deformacji wykreowanego przez media obrazu otaczającego nas świata. Druga perspektywa, czyli analiza odbioru, koncentruje się nie na samej przekazywanej treści, ale na relacji obustronnej w mediach, występującej pomiędzy nadawcą a odbiorcą nadawanego komunikatu medialnego. Jednakże, fakt, że obraz został zakodowany w dany sposób przez jego twórcę wcale nie musi oznaczać, że w ten właśnie sposób obraz zostanie odczytany przez odbiorcę. Zdobyta wcześniej przez każdego z odbiorców wiedza i ogólne pojęcie o świecie i kulturze warunkuje bardziej lub mniej pełny odbiór określonego medialnego obrazu rzeczywistości¹⁵⁴. Prezentowany przez media obraz świata może być więc odczytany w różnorodny sposób, ponieważ sam w sobie jest skomplikowany i składa się z wielu zakodowanych w tym przekazie elementów.

¹⁵³ G. Ptaszek, op. cit., s. 17.

¹⁵⁴ Ibidem, s. 20.

Podsumowując pierwszy rozdział warto przypomnieć najważniejsze omówione w nim założenia. Konstruktoryzm jest zarówno szerokim, jak i niełatwym do opisanie zagadnieniem. Wskazuje na to chociażby wielość samych dziedzin oraz łączona z nimi duża liczba badaczy, zajmujących się tym wciąż ewoluującym tematem. Jednakże, właśnie ze względu na tę różnorodność i interdyscyplinarność, powstaje coraz więcej odpowiedzi na zadawane wcześniej pytania.

W niniejszej pracy interesuje mnie konstruktoryzm jako teoria komunikacji i mediów, ponieważ szukam odpowiedzi na pytanie o to, jak amerykańskie oraz szwedzkie przekazy telewizyjne kształtują system aksjologiczny w umysłach ich odbiorców. Kształtowanie, czyli inaczej kreowanie, tworzenie, czy też konstruowanie wiedzy o rzeczywistości – badane z obieranej tu tzw. „słabszej postaci perspektywy konstruktorystycznej” – jest procesem, który wymaga kilku elementów. Wiedzę tę tworzy podmiot, a więc człowiek, ponieważ konstruktoryzm z założenia jest antropocentryczny. Człowiek ten żyje w określonym społeczeństwie i w określonej kulturze, które łączą się ze sobą i wpływają na niego poprzez obowiązujące w ich ramach zasady, normy, tradycje czy wartości. Relacja między kulturą a człowiekiem, czy też ogólniej między kulturą a danym społeczeństwem jest dwustronna: człowiek tworzy kulturę, a zarazem jest od niej zależny.

Tym, co jest niezbędne do konstruowania otaczającej człowieka rzeczywistości, jest komunikacja, a dokładniej akty komunikacji realizowane w społeczeństwie. Język jest czynnikiem konstruującym, a więc czymś, co, jak pisze Michał Wendland¹⁵⁵, niejako nakłada na świat „siatkę” kategoryzacji pojęciowej, dzięki czemu ukazuje się to, co nazywane jest „przedmiotem poznania”. To dzięki aktom komunikacji podmiot interpretuje rzeczywistość, czego efektem jest jej subiektywnie skonstruowany obraz. Nigdy nie może być on obiektywny, ponieważ świat nie jest dostępny bezpośrednio. Język jest zatem nośnikiem oraz kreatorem zarówno wiedzy, jak i wartości, doświadczeń czy poglądów o świecie¹⁵⁶. Wiedza ta dotyczy konstruktów, które stwarza ludzki umysł,

¹⁵⁵ M. Wendland, *Konstruktoryzm...*, op. cit., s. 69.

¹⁵⁶ Ibidem.

a trzy wspomniane wcześniej elementy, które wpływają na kreowany przez człowieka obraz, a więc kultura, społeczeństwo i komunikacja, są ze sobą nierozzerwalnie połączone.

Konstruktywizm komunikacyjny stoi w opozycji do obiektywizmu, ponieważ przyjmuje założenie, że świat zawsze postrzegany jest w sposób subiektywny i tak też tworzone są jego obrazy. Ważne jest to zwłaszcza w wypadku badań dotyczących konstruowania językowych obrazów świata w mediach. Odbiorcy przekazów medialnych muszą liczyć się bowiem nie tylko z możliwością manipulacji sposobem przekazywania informacji, ale także ze zjawiskiem *gatekeepingu* oraz różnymi punktami widzenia redaktorów czy dziennikarzy. Ponadto, konstruowana w mediach wizja świata jest zależna także od tego, czego najczęściej może oczekiwać wirtualny odbiorca, którego preferencje są ustalane za pomocą badań zarówno o charakterze socjologicznym, jak i marketingowym¹⁵⁷. Co więcej, prezentowane w mediach tematy niejednokrotnie zostają zapożyczone z innych źródeł, a więc głównie innych mediów, które również nie muszą być źródłem oryginalnym. Wreszcie, każdy z odbiorców ze względu na takie aspekty jak chociażby wiek, poziom inteligencji, własna wiedza ogólna, czy też kultura, w której żyje, może interpretować ten sam przekaz medialny inaczej¹⁵⁸. W konstruowaniu świata od strony odbiorcy ważne są zatem nie tylko wiedza o świecie i kompetencja komunikacyjna, ale także wzięcie pod uwagę różnych możliwych stylów odbioru oraz osadzenie we wspólnocie interpretacyjnej. Rzeczywistość, którą człowiek konstruuje na podstawie informacji medialnych jest „rzeczywistością odbiorczą”, a narzędziem do jej tworzenia jest język przejawiający się w codziennej komunikacji społecznej i medialnej.

Język ukształtowany jest przez doświadczenie tworzącej go i posługującej się nim grupy ludzi. Językowy obraz świata to zatem nic innego jak zespół odbitych w słownictwie sądów o otaczającej człowieka rzeczywistości. Język bowiem nie odzwierciedla, lecz interpretuje świat. Interpretacja ta odbywa się nieustannie i zawsze jest subiektywna, przez co językowy obraz świata jawi się dla każdego inaczej. Do interpretacji rzeczywistości dociera się poprzez analizę danych językowych.

¹⁵⁷ P. Nowak, R. Tokarski, *Medialna wizja...*, op. cit., s. 14.

¹⁵⁸ L. Kirwil, *Psychologiczne zagadnienia odbioru telewizji*, [w:] *Człowiek a telewizja...*, op. cit., s. 71-72.

ROZDZIAŁ II

WARTOŚCI W MEDIACH

Wartościowanie jest nieodłączną częścią zarówno językowego obrazu świata, jak i medialnego obrazu świata. Poniższe podrozdziały dotyczą zatem zagadnień związanych z wartościami w mediach z uwzględnieniem po pierwsze tego, czym jest wartość oraz wartościowanie, po drugie, wartości w języku, a więc tego, w jaki sposób za pomocą wyrazów można wyrażać wartościowanie, a także, po trzecie, tego jak media wyrażają wartości ze szczególnym wyróżnieniem aspektu multimodalnego, ponieważ wartości mogą być wprowadzane nie tylko słowami, ale też za pomocą obrazów. Na koniec należy zastanowić się również nad tym, jak badać wartości w programach telewizyjnych, ponieważ to je wybieram do analizy w niniejszej pracy.

2.1. Czym jest wartość? Rodzaje wartości

Wartości przenikają niemal każdą strefę ludzkiego życia, jednak zdefiniowanie słowa *wartość* wciąż nie jest proste. Pewne jest jednak, że świadomość istnienia wartości jest niezbędnym składnikiem życia każdego człowieka¹⁵⁹. W aspekcie kulturowym, określenie *wartość* staje się uogólnieniem wszystkiego, co powszechnie uważa się za dobre, a więc tego, do czego dąży i czym kieruje się człowiek. Uzasadnia on dobro i zło dla siebie samego lub innych, najczęściej chcąc przekonać ich do tego, co uznaje za dobre, bądź zniechęcić do tego, co odbiera jako złe¹⁶⁰. Odwoływanie się do uczuć, rozumu, autorytetów lub niekiedy samej intuicji, pomaga człowiekowi szukać uzasadnień dobra i zła w danych sytuacjach i kontekstach. Ostatecznie ma to prowadzić do zrozumienia świata jako sensownej całości.

Termin aksjologia (fr. *axiologie*, od gr. *ἀξιος* – ‘godny, cenny’) oznacza ‘naukę o tym co cenne, godne’, a zatem jest to nauka stawiająca pytania o m.in. status ontologiczny

¹⁵⁹ E. Laskowska, *Wartościowanie w języku potocznym*, Bydgoszcz 1992, s. 7.

¹⁶⁰ J. Puzynina, *O znaczeniu wartości [w:] Nazwy wartości. Studia leksykalno-semantyczne*, red. J. Bartmiński, M. Mazurkiewicz-Brzozowska, Lublin 1993, s. 20-21.

wartości oraz ich typy¹⁶¹. Obecnie coraz częściej podejmowany jest temat tzw. aksjologicznego wymiaru kultury, który ma dotyczyć tego, co traktowane jest przez ludzi jako wartości¹⁶². Jak zatem aksjologia łączy się z językoznawstwem? Dzieje się to przede wszystkim w świecie wyrazów oraz ich znaczeń¹⁶³. Wartości łączy się zarówno z pojęciami i przedmiotami, jak i z osobami. Ważne stają się nie tylko definicje pojęcia wartości, ale także kategoryzacja tych wartości oraz wielość i różnorodność prób ich hierarchizacji. Jak podkreśla Jadwiga Puzynina¹⁶⁴, *wartość* i *wartości* odpowiadają we współczesnej humanistyce *dobru* i *dobrom* w ich uogólnionych znaczeniach. Nie mówi się zatem o różnych rodzajach *dobra* czy *dóbr*, a o typach *wartości*, nie o hierarchii czy kryzysie *dóbr*, a o hierarchii lub kryzysie *wartości*.

Na początku należy przyjrzeć się bliżej samemu znaczeniu słowa *wartość*, które jest kluczowe dla tematu niniejszej pracy. Jak zaznacza Jadwiga Puzynina, słowo to, w znaczeniu odnoszącym się do ‘bycia cenionym’, pojawia się w słownikach języka polskiego relatywnie późno, ponieważ dopiero w drugiej połowie XVIII wieku¹⁶⁵. Jest ono wyrazem pochodnym od przymiotnika *wart(y)*. Wcześniej w użycie weszły ekwiwalentne słowa w innych językach, m.in. niemieckie *Wert*, francuskie *valeur*, czy angielskie *value*, które miały oznaczać ‘to, co dobre lub cenne’. W słownikach języka polskiego, definicje związane z wyrazami *wartość* i *wart(y)* pojawiają się wówczas, gdy w zachodnioeuropejskich słownikach zaczyna wyróżniać się nie tylko ekonomiczne i arytmetyczne, ale także ich aksjologiczne sensy.

Słownikami, które podają liczne, a także interesujące w kontekście niniejszej pracy znaczenia, są słowniki niemieckie. Wyrazy pochodzące od wspomnianego już rzeczownika *Wert* to m.in. *Wertblindheit* (niem. *Blindheit*: ‘ślepotą’) jako ‘ślepotą na wartości’, *wertfrei* (niem. *frei*: ‘wolny’) jako ‘wolny od problemów wartości, kierujący się tylko faktami’, *Wertlehre* (niem. *Lehre*: ‘nauka’) – ‘aksjologia’, czy *Gegenwert* oraz *Unwert* jako ‘antywartość’¹⁶⁶. Słowniki angielskie podają z kolei rzeczownik *worth* jako synonim do słowa *value*, od których istnieją także przymiotniki *worthy* oraz *valuable*. W języku angielskim można odnaleźć również wiele złożzeń oraz związków

¹⁶¹ J. Puzynina, *Wartości i wartościowanie w perspektywie językoznawczej*, Kraków 2013, s. 22.

¹⁶² Ibidem, s. 10.

¹⁶³ Ibidem, s. 23.

¹⁶⁴ Ibidem.

¹⁶⁵ J. Puzynina, *Język wartości*, Warszawa 1992, s. 13.

¹⁶⁶ Ibidem, s. 15.

frazeologicznych wykorzystujących słowo *value*, jak np. *value-attitude* jako ‘postawa wobec wartości’, *value-scales* – ‘skale wartości’, czy frazeologizmy takie jak *language of values* lub *social values*, które ze względu na niedawne upowszechnienie, nierejestrowane są jeszcze w wielu słownikach¹⁶⁷.

Jakie są jednak definicje *wartości* współcześnie? Autorka *Języka wartości* wymienia kilka z nich. Po pierwsze, *wartość* może być rozumiana jako „ogół istotnych zalet, które przedmiotowi według najściślejszej słuszności wyższy lub niższy stopień szacunku nadają”¹⁶⁸. Po drugie, *wartość* występuje w znaczeniach równie ważnych, lecz mniej istotnych dla tej pracy, a więc chemicznym, handlowym, czy też materialno-użytkowym.

Sposobów pojmowania wartości i związanych z tym definicji jest zatem wiele. *Wartość* może być rozumiana w kontekście „zespołu cech osoby lub rzeczy, stanowiących o jej walorach moralnych, użytkowych, naukowych, artystycznych” lub „tego, ile coś jest warte pod względem materialnym”¹⁶⁹. Sam leksem *wartość* można wiązać z trzema podstawowymi znaczeniami. Po pierwsze, matematyczno-logicznym, nawiązującym do różnego rodzaju obliczeń czy badań. Po drugie, ekonomicznym czy ilościowym – jako pewną sumę lub ilość pieniędzy czy dóbr. Po trzecie, właśnie aksjologicznym, czyli inaczej jakościowym¹⁷⁰. Wielość znaczeń wartości, odnosząca się do wielostronnej polisemii wyrazowej, wskazuje także na mnogość mogących wystąpić problemów, które związane są ze stopniem abstrakcyjności czy też nieostrości tych znaczeń¹⁷¹. W niniejszej pracy interesuje mnie wyłącznie znaczenie ostatnie – jakościowe. Najbardziej ogólnie można jednak definiować *wartość* jako coś dobrego czy cennego.

Jadwiga Puzynina, poprzez zebranie charakterystycznych w języku polskim związków *wartości* z innymi wyrazami, pokazała możliwości posługiwania się tym słowem¹⁷². Podkreśla, że często pytamy o *istnienie wartości*, a więc o to:

¹⁶⁷ Ibidem, s. 16.

¹⁶⁸ Ibidem, s. 13-14.

¹⁶⁹ Ibidem, s. 14.

¹⁷⁰ Ibidem, s. 68-69.

¹⁷¹ J. Puzynina, *Wartości i wartościowanie...*, op. cit., s. 94.

¹⁷² Ibidem, s. 16.

(...) czy i jak wartości istnieją, jak coś staje się wartością dla kogoś, mówimy, że coś ma, przedstawia lub posiada wartość, wartości szukamy, odnajdujemy i gubimy, tworzymy i niszczymy, staramy się zrozumieć, poznać, urzeczywistniać, realizować, dążymy do nich, przeżywamy je, rozważamy, hierarchizujemy, propagujemy, uznajemy, żyjemy nimi, jesteśmy w nich zakorzenieni¹⁷³.

Autorka *Języka wartości* nie kończy na tym i pisze, że w nawiązaniu do *wartości* mówimy także o:

(...) systemach, kategoriach, miernikach i skalach wartości, o ich hierarchii, układzie, wyborach i konfliktach, kryzysie, o teoriach, filozofii, metafizyce wartości, o świecie lub uniwersum wartości, o źródłach, rozwoju wartości, o ich bezwzględności lub względności, o poczuciu wartości (absolutnych) i wspólnocie wartości¹⁷⁴.

Wreszcie, wyróżnia także podział na wartości:

(...) pozytywne i negatywne, absolutne, ostateczne, wyższe, najwyższe, podstawowe i wartości instrumentalne, pragmatyczne (...) Jak pisze, mówimy o wartościach: obiektywnych i subiektywnych, materialnych i duchowych, ogólnoludzkich, osobowych, o wartościach (z)werbalizowanych, deklarowanych, uzna(wa)nych i zinternalizowanych, o wartościach religijnych, transcendentnych, kulturowych, moralnych, estetycznych, witalnych, hedonistycznych¹⁷⁵.

Zaobserwować można aktywny udział słowa *wartość* we współczesnej polszczyźnie, jego coraz częstsze występowanie w publicystyce (niekiedy w sensach przenośnych), powstawanie nowych derywatów (*antywartość*) i frazeologizmów. Znaczenie wyrazu *wartość* poszerza się i oznacza zarówno „to, co dobre”, jak i „to, co złe” (*wartości ujemne, negatywne*)¹⁷⁶. Oprócz wartości negatywnych, pojawia się również termin *antywartość*, którego definicje skupiają się na wspomnianym *ujemnym* wymiarze wartości.

W humanistyce można spotkać się z określeniami takimi jak m.in. *system*, *hierarchia* czy *konflikt* lub *kryzys* wartości. Te liczne wyrażenia świadczą o ciągłym

¹⁷³ Ibidem.

¹⁷⁴ Ibidem, s. 17.

¹⁷⁵ Ibidem.

¹⁷⁶ J. Puzynina, *O znaczeniu wartości*, op. cit., s. 13.

kształtowaniu się obrazu wartości, które *deklarujemy, uznajemy, odczuwamy* czy *hierarchizujemy*¹⁷⁷. Aby uporządkować to bogactwo, trzeba przyjrzeć się typom i hierarchiom wartości. Podział na wyróżnione przez Jadwigę Puzyninę wartości deklarowane, uznawane i odczuwane oraz wartości bezpośrednie oraz pośrednie opisuje w podrozdziale 5.1. Jednakże w tym miejscu warto skupić się jeszcze na kilku innych podziałach.

Jedną z typologii wartości jest typologia Maxa Schelera. Jest to treściowy podział wartości, który wprowadza rozróżnienie na, po pierwsze: wartości moralne, a więc wartości osoby oraz jej czynów, po drugie: wartości absolutne, czyli wartości same w sobie oraz pochodne od nich wartości konsekwentne (m.in. instrumentalne)¹⁷⁸.

Max Scheler, ze względu na odmienność treści, wyróżnia po pierwsze wartości przyjemne i nieprzyjemne, którym odpowiada funkcja zmysłowa czucia. Po drugie, wyróżnia on wartości czucia witalnego, odnoszące się do wzmacniającego się i słabnącego życia – np. pełni sił lub choroby. Po trzecie, Scheler wyodrębnia wartości duchowe, w tym: wartości estetyczne np. *piękny – brzydki*, wartości tego, co słuszne i niesłuszne związane z porządkiem prawnym, a także wartości czystego poznania prawdy. Ostatnią, wyraźnie oddzieloną grupą, są wartości tego, co święte. Ujawniają się one w zjawiskach i przedmiotach uznawanych za symbole¹⁷⁹. W porządku hierarchicznym wspomnianych typów wartości, Scheler porządkuje je od najniższych do najwyższych, za najniższe uznając wartości związane z przyjemnością, a za najwyższe – święte (in. duchowe).

Jedną ze znanych typologii wartości jest także ta stworzona przez Romana Ingardena. Wyróżnił on: po pierwsze, wartości witalne, które można łączyć z wartościami utylitarnymi i przyjemnościowymi. Po drugie: wartości kulturowe, a więc obyczajowe, estetyczne, poznawcze. Po trzecie: wartości moralne, a więc najwyższe w hierarchii, których status jest najczęściej najmniej jasny¹⁸⁰.

Spośród istniejących typologii, warto przytoczyć jeszcze jedną – Milтона Rokeacha. Rokeach – jako psycholog – wprowadził podział wartości na ostateczne i instrumentalne. Wartości ostateczne to takie stany rzeczy, do których można dążyć, a

¹⁷⁷ Ibidem.

¹⁷⁸ Ibidem, s. 33.

¹⁷⁹ Ibidem, s. 33-34.

¹⁸⁰ Ibidem, s. 34-35.

więc np. wygodne (dostatnie) życie. Wartości instrumentalne to natomiast zachowania i cechy, które służą osiągnięciu wspomnianych wcześniej stanów, a więc np. ambitny (ciężko pracujący, aspirujący do czegoś). Wszystkie wymieniane przez Rokeacha wartości są jedynie pozytywne¹⁸¹.

Jadwiga Puzynina w swojej książce proponuje podział wartości na instrumentalne (służebne) oraz ostateczne (absolutne)¹⁸². Istnienie wspomnianych wartości uważa ona za uniwersalne. Jednakże, autorka *Języka wartości* przyznaje, że wartości ostateczne, a więc tzw. wartości „same w sobie”, mogą funkcjonować niekiedy jako instrumentalne. Przykładowo, hojność może być traktowana jako wartość instrumentalna, a więc służebna ze względu na egoistyczną chęć zapewnienia sobie uznania ludzi, poprzez gest, kojarzony w pierwszej kolejności z czymś bezinteresownym i dobrym. Według Jadwigi Puzyniny ważne jest także zwrócenie uwagi na to *dla kogo* dane wartości mają być rozpatrywane. Jeżeli podział ma dotyczyć wartości dla nadawcy, ważne będą zjawiska nieobojętne dla niego zarówno poznawczo, jak i uczuciowo. Jeśli natomiast podział dotyczy wartości, które nie leżą w obrębie zainteresowań nadawcy, wyróżnia się wówczas podział na wartości pozytywne (np. *pożyteczny, przydatny*) oraz negatywne (np. *nieużyteczny, nieprzydatny*), w których obrębie znajdują się wartości instrumentalne oraz ostateczne¹⁸³. Dla wartości pozytywnych ostatecznych Jadwiga Puzynina wyróżnia następujący podział: a) wartości transcendentne (in. metafizyczne), b) poznawcze, c) estetyczne, d) moralne, e) obyczajowe, f) witalne oraz g) odczuciowe (w tym hedonistyczne, egoistyczne). Analogiczny podział proponuje także dla wartości negatywnych¹⁸⁴.

Wspomniane tu wartości lub ich kategorie mogą ulegać zmianom. Wartości ostateczne mogą stawać się instrumentalnymi nie tylko u innych osób, ale także w wypadku jednostki przechodzącej wewnętrzny rozwój¹⁸⁵. Przekształceniu ulegać mogą zarówno wartości pozytywne, jak i negatywne, dlatego przy ich badaniu należy zwracać uwagę m.in. na ich hierarchie, na to czy są to wartości deklarowane czy uznawane¹⁸⁶, a także na konteksty sytuacyjne.

¹⁸¹ Ibidem, s. 37-38.

¹⁸² Ibidem, s. 39.

¹⁸³ Ibidem, s. 39-40.

¹⁸⁴ Ibidem, s. 40-41.

¹⁸⁵ Ibidem, s. 41.

¹⁸⁶ Patrz: podrozdział 4.1.

Warto również zaznaczyć, że przez to, że język niejako „zanurzony” jest w wartościach, akty mowy zazwyczaj pociągają za sobą wartościowanie¹⁸⁷. Wartościowanie to natomiast nic innego jak ocenianie w sensie jakościowym, a więc wydawanie sądu o danej wartości¹⁸⁸. Łączy się to zatem z założeniem, że użycie języka silnie wiąże się ze świadomym lub nieświadomym uwidacznianiem w trakcie mowy aspektu aksjologicznego wypowiedzi. Doświadczenie społeczno-kulturowe, które utrwala się w języku skutkuje tym, że osoba wypowiadająca się ma możliwość zarówno komunikować o otaczającej ją rzeczywistości, jak i ją wartościować. Dzieje się tak, ponieważ znaczeniowa strona języka często kryje w sobie pewne społeczne oceny rzeczywistości oraz same sposoby kategoryzowania. Oznacza to, że niejako odbija ona znajdujący się „wewnątrz” słów emocjonalny i intelektualny stosunek posługujących się nimi osób do odpowiadających tym wyrazom fragmentów rzeczywistości pozajęzykowej¹⁸⁹. Jak podkreśla Michał Głowiński, przez to, że język nasycony jest wartościami, często sam je podsuwa lub po prostu narzuca¹⁹⁰. Co więcej, niektórym więcej trudu sprawia odrzucanie, a więc usuwanie wartości w trakcie wypowiedzi niż ich przywoływanie. Sam styl również może być przekąźnikiem postawy wartościującej. Wartościowanie w tym wypadku wyczuwa się najczęściej intuicyjnie¹⁹¹.

Odnosnie do samego istnienia wartości, można wyróżnić dwa najczęściej spotykane stanowiska. Pierwsze z nich, obiektywistyczne, zakłada, że wartości są jakościami podmiotu oraz nie zalicza się ich do doznań człowieka. Drugie, subiektywistyczne stanowisko, zakłada natomiast, że wartości są tworzone przez podmiot, a wyrażanie ich zależy od jego uczuć czy emocji¹⁹². Z językoznawczego punktu widzenia, najważniejszy jest jednak językowy przekaz wartości, nie zaś sposób ich istnienia.

Należy podkreślić, że istnieją różne sposoby rozpatrywania stosunku języka do wartości. Język może służyć, po pierwsze jako narzędzie wartościowania, za pomocą którego wyraża się oceny i wartości. Po drugie, język może być nosicielem wartości (np. „język piękny”, „elegantki”, „potoczysty”, etc.). W niniejszej pracy najważniejsza jest

¹⁸⁷ Ibidem, s. 13.

¹⁸⁸ J. Puzynina, *Słowo–wartość–kultura*, op.cit., s. 93.

¹⁸⁹ R. Tokarski, *Słownictwo jako interpretacja...*, Wrocław 1993, s. 343.

¹⁹⁰ M. Głowiński, *Poetyka i okolice*, Warszawa 1992, s. 224.

¹⁹¹ Ibidem, s. 238.

¹⁹² U. Wieczorek, *Wartościowanie, perswazja, język*, Kraków 1999, s. 14.

jednak trzecia możliwość – język informujący o wartościach. Aspekt ten jest istotny ze względu na to, że mówi on, jak wartości utrwalane są w języku, a więc w znaczeniach danych słów¹⁹³. Językoznawstwo spotyka się zatem w tym miejscu z aksjologią, jednak, co ważne, dla językoznawcy to nie to, *czym* jest wartość jest najważniejsze. Pytaniem, które lingwista stawia sobie w przeciwieństwie do aksjologa, jest to, *jak* osoba używająca języka rozumie słowa oznaczające wartości, a więc np. „piękno”, czy „prawda”. Co więcej, to językowe mechanizmy wartościowania są dla niego najważniejsze¹⁹⁴. To nie istota wartości, a ich językowy przekaz jest zatem kluczowy przy analizie wykonywanej w niniejszej pracy.

2.2. Wartości w języku

W niniejszym podrozdziale zajmę się tym, w jaki sposób za pomocą wyrazów można wartościować. Nie muszą to być bowiem koniecznie nazwy wartości niejako „wrzucone” w tekst, choć i takie wartościowanie jest możliwe. Wartościować można również za pomocą słów określanych jako oceniające. Ocena negatywna lub pozytywna może być elementem definicyjnym danego słowa¹⁹⁵.

Środki wyrażania wartościowań dzieli się głównie na systemowe, które są skonwencjonalizowane, oraz tekstowe – zależne od kontekstu¹⁹⁶. Środki te można podzielić dodatkowo także na parajęzykowe, a więc m.in. gesty, intonację czy symbolikę dźwiękową i graficzną oraz językowe, czyli m.in. środki fleksyjne, składniowe, słowotwórcze czy leksykalne¹⁹⁷. Granica pomiędzy środkami systemowymi i tekstowymi nie jest jednak zawsze wyraźna. Jest to związane z różnicami w stopniu konwencjonalizacji języka w jego różnych odmianach i wśród różnych grup jego użytkowników.

Jakie zatem środki wykorzystywane są do wyrażania wartościowań w języku i tekście? Oczywisty może wydawać się fakt, że w momencie oceniania czegoś lub kogoś

¹⁹³ J. Bartmiński, *Projekt i założenia ogólnego słownika aksjologicznego* [w:] „Język a Kultura”, t. 2: *Zagadnienia leksykalne i aksjologiczne*, red. J. Bartmiński, J. Puzynina, Wrocław 1991, s. 198.

¹⁹⁴ Ibidem.

¹⁹⁵ J. Puzynina, *Język wartości*, op. cit., s. 111.

¹⁹⁶ Ibidem.

¹⁹⁷ Ibidem.

można użyć słów takich jak *dobry* lub *zły* czy *miły* bądź *niemiły*. Jednakże, wartościować można także za pomocą wyrazów takich jak np. *matka* czy *dom*. Słowa te mogą być bowiem tożsame z wartością jaką jest np. poczucie bezpieczeństwa¹⁹⁸. Co więcej, wartościowanie może przebiegać także dzięki użyciu środków parajęzykowych (np. gestów), fonetycznych (np. intonacji), fleksyjnych (np. poprzez dobór morfemów fleksyjnych oraz typów odmian) czy składniowych (np. przy użyciu tzw. celownika etycznego, partykuł czy przysłówków), a także w wypadku słowotwórstwa (np. poprzez morfemy słowotwórcze, a w tym głównie sufiksy rzeczownikowe)¹⁹⁹. Jak widać, sposobów wartościowania za pomocą języka jest wiele, jednak wspomniane rozróżnienia nie są jedyne.

Jak w swojej książce przypomina Jadwiga Puzynina: „podstawowym środkiem językowym służącym wyrażaniu wartości są słowa”²⁰⁰. To za pomocą słów można bowiem podjąć próbę opisu rzeczywistości, która dla różnych podmiotów może jawić się odmiennie, co uwidacznia się także w odmienności wyznawanych wartości, które są niejako „zanurzone” w każdej z kultur.

Elementy wartościujące mogą zajmować różne pozycje w strukturze znaczeniowej słów. Po pierwsze, wyrazy mogą mieć charakter prymarnie wartościujący, tak jak np. przymiotniki *pozytywny* i *negatywny*. Jest więc to wartościowanie niejako wyłączone, bezpośrednie. Co więcej, do treści wartościującej może dołączać się również składnik uczuciowy – np. *wspaniały* lub *okropny*²⁰¹.

Po drugie, istnieją także wyrazy, które wartościują sekundarnie i są to tzw. wyrazy opisowo-wartościujące. Jak zaznacza Jadwiga Puzynina, czym innym jest występowanie „semów” wartości w obrębie podstawowej treści wyrazu, a czym innym obecność składnika znaczeniowego wartościującego całą jego treść²⁰². Składnik ten może towarzyszyć leksemowi wtórnie wartościującemu, czyli właśnie opisująco-wartościującemu w sposób stały i należeć do jego cech definicyjnych²⁰³. Wyrazami definicyjnie wartościującymi są np. *zdrada* czy *donosicielstwo*, które z definicji łączone są z czymś złym, negatywnym i tak też sądzi nadawca.

¹⁹⁸ J. Puzynina, *Słowo–wartość–kultura*, op. cit., s. 13.

¹⁹⁹ J. Puzynina, *Język wartości*, op. cit., s. 112.

²⁰⁰ Ibidem, s. 118.

²⁰¹ Ibidem.

²⁰² Ibidem, s. 119.

²⁰³ Ibidem.

Po trzecie, można wyróżnić także takie słowa jak np. *bogactwo*, które jednym przyniosą na myśl pozytywne, a innym negatywne konotacje. Jest to tym samym wyraz pragmatycznie, a więc konotacyjnie wartościujący²⁰⁴. Podział na wyrazy prymarnie lub wtórnie wartościujące jest dość wyraźny, jednak problemem może być odróżnianie wyrazów wartościujących definicyjnie od tych wartościujących konotacyjnie²⁰⁵. Istnieją „encyklopedyczne” konotacje wartościujące niektórych słów, takich jak np. *ojczyzna* czy *zwycięstwo*, które mają mieć z założenia wspólne dla wszystkich konotacje. W praktyce, wiele zależy jednak od indywidualnej wiedzy i doświadczeń użytkownika języka. Należy zatem zwracać uwagę na ogólnie przyjęte konotacje danych słów w danej kulturze i rozpatrywać je w stosunku do niej oraz posługujących się w jej ramach określonym językiem *native speakerów*.

Wszystkie te relacje wartościowania z językiem, a w tym zwłaszcza językiem potocznym, ukazują, jak wartości wiążą się z konstruowaniem obrazu świata przez podmiot, który najpierw dostrzega, a później próbuje konceptualizować rzeczywistość. Innymi słowy, ukazują one jakie jest miejsce wartości w językowym obrazie świata²⁰⁶. Język jest bowiem nie tylko narzędziem wartościowania (oceniaamy głównie za pomocą języka), ale także samym źródłem informacji o tym jakie, wartości wyznawane są przez daną grupę społeczną, a więc także językowo-kulturową²⁰⁷.

Jak podkreśla Jerzy Bartmiński, wśród językoznawców można mówić o dwóch wyróżniających się stanowiskach, które dotyczą wartości w języku: rezydualnym i holistycznym²⁰⁸. Pierwsze stanowisko opowiada się za tym, że wartości istnieją w języku jako możliwy do wydzielenia zespół faktów językowych, a drugie, że wartości obejmują cały język.

Za pierwszym z tych stanowisk opowiada się m.in. Jadwiga Puzynina, dla której wartości stoją niejako obok języka, ponieważ mogą być wyrażane na poziomie kodu językowego, tekstu pisanego lub też żywej mowy²⁰⁹. Środki tekstowe są tu dla autorki *Języka wartości* bogatsze niż środki skonwencjonalizowane, ponieważ są one

²⁰⁴ Ibidem, s. 120.

²⁰⁵ Ibidem.

²⁰⁶ J. Bartmiński, *Miejsce wartości w językowym obrazie świata*, [w:] *Język w kręgu wartości: studia semantyczne*, red. J. Bartmiński, Lublin 2003, s. 59.

²⁰⁷ Ibidem.

²⁰⁸ Ibidem.

²⁰⁹ Ibidem, s. 60.

uzupełniane chociażby dzięki samemu kontekstowi²¹⁰. Wartościowanie jest według Jadwigi Puzyniny częściej elementem konotacji znaczeniowej słowa aniżeli jego ścisłej definicji.

Drugie stanowisko, które na gruncie polskim reprezentuje np. Tomasz Krzeszowski, zakłada ściślejszy związek języka z wartościami i mówi o tym, że wartościowanie na osi dobry – zły ma pozycję nadrzędną²¹¹. Wartościowanie jest zatem w tym wypadku niezbędnym elementem potrzebnym do konceptualizacji świata. Stanowisko to jest więc bardziej radykalne.

Jerzy Bartmiński zaznacza, że JOS jest zależny od założonego, w sposób jawny bądź ukryty, systemu wartości²¹². Wartości wpływają zatem na to, jak kształtowany jest językowy obraz świata, a więc „zespół utrwalonych (stereotypowych) wyobrażeń o człowieku i świecie dający się odtworzyć z różnego typu danych językowych”²¹³. Według tego językoznawcy, wartości stają się czynnikiem wpływającym na konstruowanie wizji rzeczywistości przez nosicieli języka i ostatecznie konstytuują ich kulturowo-społeczną tożsamość.

Jerzy Bartmiński podkreśla także, że:

To, że wartości stanowią niezbywalny, relewantny składnik języka i JOS, nie znaczy, że wszystko w języku jest nacechowane aksjologicznie w jednakowy sposób, lecz tylko to, że wartości są w języku zawsze jakoś obecne. Jak, na ile jawnie, na ile w sposób ukryty i na jakim poziomie organizacji języka – jest zadaniem do rozwiązania²¹⁴.

Oznacza to, że należy pamiętać o różnicach w poziomie stopnia nacechowania aksjologicznego w poszczególnych słowach czy wyrażeniach. Nie każde z nich jest bowiem nasycone ocenami w równy sposób. Przeciwnie, niektóre oceny i wartości mogą być jawnie przytoczone w danym tekście, a inne, np. przez ukrycie ich w stylu lub szyku, czasem niemal niezauważalne.

²¹⁰ J. Puzynina, *Język wartości*, op. cit., s. 61.

²¹¹ J. Bartmiński, *Miejsce wartości...*, op. cit., s. 61.

²¹² Ibidem, s. 63.

²¹³ Ibidem.

²¹⁴ Ibidem, s. 64.

Szczególnie ważne zdaje się w tym wypadku zwrócenie uwagi na wartościowanie w języku potocznym. Jak nazywa to Jerzy Bartmiński: „ciążenie wartości”, a także same oceny emocjonalne są wyróżnikiem codziennych ludzkich zachowań, przez co można je łatwo dostrzec właśnie nie w języku formalnym, a w potocznym, gdzie – w przeciwieństwie do tego pierwszego – użytkownicy wartościowania nie unikają²¹⁵. Należy jednak zaznaczyć, że nie oznacza to, że język formalny czy naukowy nie charakteryzuje się wartościowaniem w ogóle. W jego wypadku wartościowanie to jest bowiem jedynie ukryte ze względu na z góry narzucony, nieekspresyjny styl, charakteryzujący się precyzją i pewnym łańcem czy też porządkiem ułatwiającym zarówno tworzenie, jak i odbiór tekstu.

Jerzy Bartmiński, dostrzegając zamierzoną przez autorkę *Języka wartości* wieloznaczność formuły tytułu jej książki, podkreśla, że wyrażenie to może odnosić się do co najmniej trzech typów relacji pomiędzy wartościami a językiem²¹⁶. Po pierwsze: język może być traktowany jako narzędzie wartościowania, po drugie: język jako źródło informacji o wartościach przyjętych i zinterioryzowanych przez użytkowników języka, oraz po trzecie: język może być nosicielem, a więc substratem wartości²¹⁷. Język jest narzędziem, które może służyć do wartościowania, ponieważ to właśnie w nim znajdują się środki potrzebne do oceniania. Narzędzie to służy zatem zarówno do komunikacji, jak i samego myślenia²¹⁸. Język może być także źródłem informacji o wartościach, ponieważ analizując znaczenia słów i ich kolokacje, możemy zrekonstruować zawarty w JOŚ system aksjologiczny. Wreszcie, język jest także nosicielem wartości, sam podlega ocenie.

2.3. Jak media wyrażają wartości

Wartości czy oceny mogą być wprowadzane do przekazu nie tylko za pomocą słów, ale także za pomocą obrazów. Dotyczy to wszystkich przekazów multimodalnych, to

²¹⁵ Ibidem.

²¹⁶ Ibidem.

²¹⁷ Ibidem, s. 64-65.

²¹⁸ J. Puzynina, *Kłopoty z nazwami wartości (i wartościami)*, [w:] „Etnolingwistyka: problemy języka i kultury”, t. 26, Lublin 2014, s. 7.

znaczy takich, w których na sens komunikatu składają się elementy werbalne i pozawerbalne (obrazy, dźwięki, etc.). Media tworzą obecnie różnorodne modele semiotycznego prezentowania wiedzy, w których teksty stają się coraz bardziej hybrydowe i interaktywne²¹⁹. Badane w niniejszej pracy medium, a więc telewizja, jest medium multimodalnym, co oznacza, że również w multimodalny sposób należy je badać. Język telewizji charakteryzuje się symbiozą tekstu z obrazem²²⁰. Podobnie jak słów, samych obrazów występujących w komunikacji także nie powinno się postrzegać w izolacji²²¹. Tylko analiza i interpretacja powiązań, a więc relacji pomiędzy nimi może skutkować rzetelnym wynikiem badań. Należy zastanowić się zatem zarówno nad sposobami wyrażania wartości poprzez słowa mówione i pisane, a więc te pojawiające się na ekranie, jak i poprzez obrazy – fotografie lub filmy. Do tego dochodzi także samo zachowanie (język ciała, gesty, mimika) osób prowadzących oraz gości programów, które może wprowadzać lub uwypuklać oceny. Zarówno to jakich słów używamy do określenia danego zdarzenia lub osoby, jak i to, jak prezentujemy je na fotografiach czy filmach, mówi o tym, jak je oceniamy.

Nie tylko przekazy telewizyjne, ale niemal każdy komunikat docierający do odbiorcy to komunikat mieszany. Komunikacja interpersonalna, czyli pierwszy i podstawowy sposób porozumiewania się między ludźmi, uwzględnia zarówno wypowiedane przez nich słowa, jak i mimikę czy gesty²²². Zatem i taki rodzaj komunikacji, a więc przekazu określonych informacji pomiędzy ludźmi, również jest multimodalny. Oznacza to także, że każda analiza aktu komunikacji, aby była pełna, powinna być ukierunkowana na poszczególne formy danego przekazu²²³. W badaniu rzeczywistości komunikacyjnej przesyłanie przekazu nie odbywa się za pomocą wyłącznie jednego systemu znaków, przez co każdy z aktów komunikacji jest

²¹⁹ A. Mac, *Analiza mediolingwistyczna telewizyjnych serwisów informacyjnych – studium przypadku*, [w:] *Współczesne media. Gatunki w mediach*, t. 1: *Zagadnienia teoretyczne. Gatunki w mediach drukowanych*, red. I. Hofman, D. Kępa-Figura, Lublin 2017, s. 78.

²²⁰ A. Wosik, *Czy globalizacja języka mediów jest nieunikniona? Analiza telewizyjnych serwisów informacyjnych różnych krajów*, [w:] *Język w telewizji. Antologia*, red. M. Kita, I. Loewe, Katowice 2016, s. 29.

²²¹ M. Klemm, H. Stöckl, *Lingwistyka obrazu – umiejscowienie dyscypliny, przegląd, dezyderaty badawcze*, [w:] *Lingwistyka mediów...*, op. cit., s. 47.

²²² J. Maćkiewicz, *Badanie mediów multimodalnych – multimodalne badanie mediów*, [w:] „*Studia Medioznawcze*”, nr 2 (69), Warszawa 2017, s. 33.

²²³ H.-J. Bucher, *Rozumienie multimodalne lub recepcja jako interakcja*, [w:] *Lingwistyka mediów...*, op. cit., s. 80.

multimodalny²²⁴. Na pozór więc abstrakcyjne pojęcie „multimodalność”, które zyskuje coraz większą popularność w publikacjach niemieckojęzycznych, anglojęzycznych czy – ostatnio również – polskojęzycznych, odnosi się do zjawiska powszechnie znanego i relatywnie prostego do odczytania oraz zrozumienia²²⁵. Zjawisko to nie jest zatem nowe, jednak sam termin stosunkowo tak, ponieważ jako ang. *multimodality* oraz niem. *Multimodalität*, pojawił się na przełomie XX i XXI wieku, a następnie jako *multimodalność* lub rzadziej *wielokodowość* czy *polisemiotyczność*, trafił do polskich publikacji naukowych²²⁶.

Jak zaznacza Jolanta Maćkiewicz, *multimodalność* oznacza łączenie w określonym komunikacie przynajmniej dwóch różnych systemów semiotycznych²²⁷. Na przykład multimodalnym można nazywać przekaz w telewizji, gdzie odbiorcy prezentowany jest obraz lub wideo, uzupełnione podpisem i komentarzem prowadzącego. Wspomniana językoznawczyni twierdzi również, że omawiany tu termin może pojawić się w publikacjach naukowych w trzech zastosowaniach: po pierwsze, w odniesieniu do zjawiska komunikacyjnego, które polega na połączeniu w danym przekazie kilku systemów semiotycznych, po drugie, w odniesieniu do samego sposobu badania tego zjawiska, które uwzględnia zarówno systemy współtworzące komunikat, jak i powstające między nimi relacje i dodatkowe sensory. A po trzecie, także w odniesieniu do teorii, która wyłania się w trakcie badań. Oznacza to, że można rozróżniać przekaz multimodalny, badanie multimodalne oraz teorię multimodalną²²⁸. Trzecia możliwość wywołuje najwięcej dyskusji wśród badaczy, zastanawiających się, czy teoria ta rzeczywiście istnieje.

Oprócz terminu *multimodalność* w pracach naukowych można spotkać się także z na pozór podobnym do niego terminem *multimedialność*. Pojęcia te nie są jednak tożsame. Fundamentem słowa *multimedialność* jest *medium*, a słowa *multimodalność* – *modus*²²⁹. *Medium*, w l.mn. *media* – to „środki materialne używane przy tworzeniu semiotycznych produktów i zdarzeń, zawierające zarówno narzędzia, jak i użyte

²²⁴ *Wstęp – cel antologii, zarys badań, tematyka artykułów*, [w:] *Lingwistyka mediów...*, op. cit., s. 13.

²²⁵ J. Maćkiewicz, *Badanie mediów...*, op. cit., 33.

²²⁶ *Ibidem*.

²²⁷ *Ibidem*.

²²⁸ *Ibidem*.

²²⁹ *Ibidem*.

materiały”²³⁰. Tzw. *modusy*, to zaś „semiotyczne sposoby przekazu informacji”²³¹. Oznacza to, że przez *multimedialność* powinno rozumieć się łączenie różnych urządzeń oraz środków materialnych, a także technik komunikacyjnych w jednym przekazie, podczas gdy *multimodalność* należy łączyć z wyzyskiwaniem w danym komunikacie przynajmniej dwóch różnych systemów semiotycznych²³². Telewizja jest zatem zarazem multimodalna, jak i multimedialna, ponieważ wykorzystuje nie tylko różne systemy semiotyczne takie jak np. słowa, obrazy, gesty czy mimikę prowadzących i gości programów, ale i różnorodne techniki komunikacyjne oraz urządzenia – jak m.in. nagrania dźwiękowe, nagrania filmowe, transmisje na żywo, zdjęcia, czy chociażby grafikę komputerową.

Pojęcie „multimodalność” znajduje zastosowanie w istotnym w badaniach w niniejszej pracy przekazie polisemiotycznym. Jak zostało wspomniane powyżej, jest on komunikatem, którego sens, poprzez współtworzenie, realizowany jest przez więcej niż jeden kod semiotyczny²³³. Zespolecie tych kodów zachodzi natomiast poprzez pojawiający się w komunikacji efekt synergii²³⁴. Należy bowiem podkreślić, że – zarówno od strony nadawcy, jak i odbiorcy – kody te czy systemy współpracują ze sobą, a nie istnieją niezależnie od siebie. Jedynie ich współoddziaływanie na siebie może zatem ukazać semantyczną całość i wyrazić właściwy sens przekazywanego komunikatu²³⁵. Zjawisko to nazywane jest „nadsumatywnością” przekazu, co oznacza, że znaczenie w każdym z tekstów multimodalnych powstaje nie w sposób sumaryczny, a multiplikatywny²³⁶. Zwłaszcza w wypadku mediów audiowizualnych – a więc m.in. w wybranej w tej pracy do analizy telewizji – gdy oba typy znaków (tekst i obraz) występują jednocześnie, cechy pierwszego z nich oddziałują na drugi z wzajemnością²³⁷. Celem integracji tych elementów jest natomiast nic innego jak połączenie dwóch systemów znaków w jeden całościowy komunikat. Język i obraz nie istnieją wówczas obok siebie,

²³⁰ Ibidem, s. 33-34.

²³¹ Ibidem, s. 34.

²³² Ibidem, s. 34.

²³³ Ibidem, s. 35.

²³⁴ M. Klemm, H. Stöckl, *Lingwistyka obrazu...*, op. cit., s. 49.

²³⁵ A. Mac, *Multimodalna aranżacja tekstu w telewizyjnych serwisach informacyjnych na przykładzie „Wiadomości” TVP1*, [w:] *Współczesne media: Media multimodalne*, t.2: *Multimodalność mediów elektronicznych*, red. I. Hofman, D. Kępa-Figura, Lublin 2018, s. 9.

²³⁶ H.-J. Bucher, op. cit., s. 80-81.

²³⁷ U. Schmitz, op. cit., 70.

a uzupełniają się semantycznie²³⁸. Odbiór takiego przekazu wymaga od odbiorcy multisensoryczności, a więc odbierania za pomocą kilku zmysłów jednocześnie. W wypadku telewizji są nimi słuch oraz wzrok. Nawiązuje to także do „multiplikacji semantycznej”, czyli założenia, które mówi o tym, że całościowy sens danego przekazu jest nie tylko sumą jego poszczególnych elementów, ale także relacji pomiędzy nimi²³⁹. Wzajemne oddziaływanie każdego z elementów to zaś nic innego jak ich jednoczesna i sekwencyjna kombinacja²⁴⁰. Jedyne odbiór komunikatu w wielopoziomowy, multisensoryczny sposób, może zatem skutkować jego właściwym odczytaniem.

Wszystko to sprowadza się do możliwego przejawiania się multimodalności na kilka sposobów. Należy brać pod uwagę trzy kryteria. Po pierwsze: mono- lub multisensoryczność, a więc odbieranie za pomocą jednego bądź kilku zmysłów jednocześnie, po drugie: faworyzowanie jednego systemu semiotycznego lub relatywna równość współpracy kilku z nich, po trzecie: rozróżnienie pomiędzy komunikatem statycznym, a dynamicznym, a więc rozwijającym się w czasie²⁴¹. Badany przeze mnie przekaz telewizyjny ma po pierwsze, charakter multisensoryczny (a ściślej – audiowizualny), po drugie, ma relatywną równowagę między słowem a obrazem, po trzecie, jest to komunikat dynamiczny.

Na czym polega zaś samo badanie multimodalne? Nie jest to bowiem jedynie przekonanie o istnieniu wielokodowości komunikatów, ale głównie multimodalne podejście do komunikacji. Według Ricka Iedemy, podejście to polega na czterech elementach. Po pierwsze, opiera się na uwzględnieniu w analizie innych systemów semiotycznych niż język. Po drugie, polega na analizowaniu relacji między odmiennymi systemami semiotycznymi oraz uwzględnianiu „podziału pracy” w dostarczaniu treści w określonych reprezentacjach. Po trzecie, jest to dążenie do poznania, zrozumienia oraz opisanego „filogenezy” procesu zastępowania konkretnych systemów semiotycznych innymi, w tym przykładowo zastępowanie języka obrazem. A także, po czwarte, badanie multimodalne łączy potencjał określonych systemów semiotycznych ze sposobem, w jaki

²³⁸ H. Stöckl, *Czytanie tekstów językowo-obrazowych?*, [w:] *Lingwistyka mediów...*, op. cit., s. 125-127.

²³⁹ H.-J. Bucher, op. cit., s. 83.

²⁴⁰ M. Luginbuhl, *Design tekstu w wiadomościach telewizyjnych. Multimodalne tworzenie znaczenia poprzez język, obraz i dźwięk*, [w:] *Lingwistyka mediów...*, op. cit., s. 163.

²⁴¹ J. Maćkiewicz, *Badanie mediów...*, op. cit., s. 35.

rozwijają lub ograniczają interakcję oraz kształtowanie subiektywności²⁴². Wynika z tego, że, jak zostało zaznaczone powyżej, nie można badać elementów tworzących dany komunikat w sposób oddzielny, a jedynie poprzez uwzględnienie ich współdziałania. Dostrzeżenie oraz odniesienie się do kodów semiotycznych współtworzących określony komunikat jest konieczne do uzyskania wielopoziomowych i rzetelnych wyników takich analiz. Tylko takie badanie można nazwać badaniem multimodalnym.

Multimodalne przekazy należy zatem badać w sposób multimodalny. Za Hansem-Jürgenem Bucherem, można wyróżnić trzy możliwe ku temu podejścia²⁴³. Po pierwsze, można skupić się na badaniu nieprzypadkowych, a określonych i usystematyzowanych relacji między modusami, które można poddawać rekonstrukjom. Po drugie, można wykorzystać podejście społeczno-semiotyczne, w którego wypadku należy odtworzyć określony układ symboli relewantny informacyjnie. Po trzecie, można skupić się na podejściu pragmatyczno-dynamicznym, w którym ważne są interakcje między nadawcą oraz odbiorcą, a także komunikacyjny kontekst przekazu²⁴⁴. Innym badaczem, który również wyróżnia trzy możliwe sposoby badań, jest Carey Jewitt. Po pierwsze, pisze on o metodologii w badaniach *stricte* teoretycznych, w których najważniejszy jest tekst oraz to, jak współdziałają w nim środki semiotyczne. Po drugie, wyróżnia on metodologię w badaniach socjologicznych, które należy prowadzić z uwzględnieniem kontekstu społeczno-kulturowego oraz człowieka jako nadawcy danego komunikatu. Po trzecie, pisze on o metodologii w badaniach socjolingwistycznych, w których należy uwzględnić kontekst sytuacyjny oraz badać interakcje²⁴⁵.

Istnieje jeszcze inna możliwość rozróżnienia typów badań multimodalnych. Jak zaznacza Jolanta Maćkiewicz, można wyróżnić po pierwsze: możliwość badania z punktu widzenia nadawcy, który tworzy dany komunikat, a więc konstruuje sens przekazu poprzez dobieranie dostępnych systemów semiotycznych oraz łączenie ich ze sobą, po drugie: badanie z punktu widzenia odbiorcy, który wedle swojej własnej wiedzy, a także doświadczeń czy potrzeb, (re)konstruuje ogólny sens, poszukuje spójności oraz

²⁴² R. Iedema, *Multimodalna analiza dyskursu: Resemiotyzacja na potrzeby dyskursów użytkowych* [w:] *Systemowo-funkcjonalna analiza dyskursu*, red. A. Duszak, G. Kowalski, tłum. M. Żelewa, Kraków 2013, s. 217.

²⁴³ H.-J. Bucher, op. cit., s. 83–92.

²⁴⁴ Ibidem.

²⁴⁵ C. Jewitt, *Different approaches to multimodality*, [w:] tejsze, *The Routledge Handbook of Multimodal Analysis*, London–New York 2012, s. 28–39.

dopasowuje dane, które pochodzą z różnych modusów²⁴⁶. Ze względu na to, że uwzględniona zostaje tu sytuacja komunikacyjna, metodologia ta wymaga interdyscyplinarności, ponieważ wiąże się nierozdzielnie z analizą kontekstu w szerokim, a więc niejednokrotnie także pozajęzykowym sensie. W niniejszej pracy wybieram pierwszą z dwóch podanych tu możliwości przeprowadzenia badań multimodalnych, czyli badanie od strony nadawcy konstruującego sens przekazu telewizyjnego.

Jakie są zatem strategie i etapy w badaniach multimodalnych? Niezależnie od przyjętej spośród wymienionych powyżej metodologii, za pierwszy etap należy uznać wyodrębnienie jednostek do analizy, a więc wstępną strukturyzację przekazu. Granice wspomnianych jednostek mogą zależeć jednak zarówno od samego badanego materiału, jak i celu analizy, ale także podejścia badawczego czy też indywidualnej decyzji badacza²⁴⁷. Drugim etapem jest analiza. Jeśli wykorzystuje się w niej tzw. strategię „od dołu”, należy wyszukać wszystkie występujące w obrębie jednostki „modusy”, ich segmentacje oraz wykonać badanie intermodalnych oraz intramodalnych relacji pomiędzy ich poszczególnymi częściami²⁴⁸. Jeśli natomiast wykorzystuje się tzw. strategię „od góry”, należy rozpocząć od ogólnego sensu danej jednostki multimodalnej, a także pełnionych przez nią funkcji komunikacyjnych, aby później móc badać jak wspomniany sens oraz funkcje są współrealizowane przez systemy semiotyczne²⁴⁹.

Pierwsza z dwóch wspomnianych strategii wykorzystywana była do tej pory przez badaczy częściej²⁵⁰. Zajmowały ich relacje elementów kodów, a w tym głównie relacje między elementami werbalnymi i obrazowymi. Jedną z propozycji, a zarazem tą najbardziej rozbudowaną, była opierająca się na semiotycznej koncepcji Rolanda Barthesa (dotyczącej relacji pomiędzy tekstem a obrazem, które tworzą uporządkowany system komunikacyjny)²⁵¹ oraz językoznawczej koncepcji Michaela Hallidaya (dotyczącej metafunkcji)²⁵², metodologia Radana Martineca i Andrew Salwaya²⁵³.

²⁴⁶ J. Maćkiewicz, *Badanie mediów...*, op. cit., s. 36.

²⁴⁷ Ibidem, s.39.

²⁴⁸ Ibidem.

²⁴⁹ Ibidem.

²⁵⁰ Ibidem.

²⁵¹ Zob. R. Barthes, *Retoryka obrazu*, tł. Z. Kruszyński, [w:] „Pamiętnik Literacki”, nr 76 (3), Wrocław 1985.

²⁵² M. A. K. Halliday, *Explorations in the functions of language*, New York 1973.

²⁵³ J. Maćkiewicz, *Badanie mediów...*, op. cit., s. 39.

Badacze ci rozróżnili ze względu na udział poszczególnych modusów relacje równorzędne i nierównorzędne, czyli – w ostatnim wypadku – takie, kiedy jeden z elementów modyfikuje drugi, a ze względu na typ semantycznego związku: opracowanie, rozwinięcie i uwydatnienie²⁵⁴. Opracowanie, a więc elaboracja, polega na przedstawieniu treści na różne sposoby, rozwinięcie na rozszerzeniu oraz uzupełnieniu informacji, kiedy to – co ważne – najczęściej tekst rozwija zawartą w obrazie informację, a uwydatnienie to doprecyzowywanie elementów jeden przez drugi, gdzie brane są pod uwagę okoliczności takie jak czas, miejsce, czy też przyczyna bądź cel²⁵⁵. Pomimo że takie podejście metodologiczne może wydawać się efektywne, w rzeczywistości jego wadą jest brak możliwości ustalenia znaczenia każdego z elementów, między którymi zachodzą relacje, co jest niezbędne do stworzenia opisu²⁵⁶. To natomiast wynika z ogólnego zrozumienia sensu danego przekazu i zależne jest nie tylko od kontekstu, ale przede wszystkim od wiedzy oraz kompetencji odbiorcy²⁵⁷. Wiedza ta ma wpływ na odczytanie każdego z elementów przekazu, a zatem zarówno jego językowej, jak i obrazowej strony.

Druga strategia, a więc ta nazwana strategią „od góry”, może przynieść bardziej efektywne rezultaty²⁵⁸. Dzięki przyjęciu koncepcji podziału pracy i założeniu o odmienności każdego z systemów znaków, a przez to także o odmiennym potencjale komunikacyjnym, bada się to, jak przekaz będący całością znaczeniową współtworzony jest przez poszczególne systemy. W niniejszej pracy wybieram zatem tę właśnie strategię badań.

Zanim zostanie zadane pytanie o wartości w mediach i to, jak są one wyrażane, należy zastanowić się nad samymi zależnościami między zjawiskiem multimodalności a mediami. Jak już wiadomo, multimodalnym można nazwać każdy z przekazów medialnych²⁵⁹. Od prasy, która łączy ze sobą tekst i obraz, po telewizję, która składa się z uzupełniających się elementów audiowizualnych, można mówić o współistnieniu w mediach różnych elementów świadczących o ich multimodalności. W badaniach multimodalnych pojęciem, które staje się klamrą i niejako spaja wszystkie obecne w danym przekazie elementy jest pojęcie *designu*. Na design tekstu składa się bowiem cała

²⁵⁴ Ibidem, s. 39.

²⁵⁵ Ibidem.

²⁵⁶ H.-J. Bucher, op. cit., s. 87.

²⁵⁷ Ibidem.

²⁵⁸ J. Maćkiewicz, *Badanie mediów...*, op. cit., s. 39-40.

²⁵⁹ Ibidem.

jego treść, a więc zarówno język, obraz, ewentualne elementy dodatkowe takie jak np. dźwięk, a także sam *layout*, czyli rozmieszczenie i organizacja wszystkich tych części ze sobą i względem siebie, co ostatecznie tworzy koherentną kompozycję²⁶⁰. Sama typografia również może przekazać dodatkowe znaczenie²⁶¹. Dodatkowy sens można odczytać zarówno z rozmieszczenia danych elementów całego tekstu na stronie, jak i chociażby stylu czcionki czy zastosowania małych lub wielkich liter.

Obecnie, dzięki rozwojowi technologicznemu i tzw. zwrotowi wizualnemu, można zauważyć coraz większy udział kodów ikonicznych oraz coraz to nowsze sposoby łączenia ze sobą elementów, które należą do różnych systemów semiotycznych²⁶². Jak podkreśla Hans-Jürgen Bucher, główna istotna zmiana dotyczy jednak powstania nowych, hybrydowych form, a więc form komunikacji, w których przekaz linearny łączy się z nielinearnym²⁶³. Wszystko to wiąże się z widocznym coraz częściej udziałem kodów niewerbalnych w różnorodnych przekazach medialnych, co wpływa zarówno na rozwój kultury audiowizualnej, jak i z założenia pomaga w pozyskaniu oraz utrzymaniu uwagi odbiorców. Przyczynia się to także do popularności odmiany dziennikarstwa, jaką jest *infotainment*, czyli połączenia informacji i rozrywki, tak często stosowanego w programach telewizji porannej. Programy te – będące przekazami multisensorycznymi i multimodalnymi – są hybrydową formą komunikacji, ponieważ zawierają zarówno elementy linearne, jak i nielinearne, tak jak np. linearna prezentacja informacji werbalnie, jednocześnie połączona z elementami nielinearnymi (filmy wideo włączone w przekaz, paski informacyjne, etc.).

Jak jednak wpływa to na to, w jaki sposób media wyrażają i przekazują wartości? Społeczeństwo informacyjne w dużej mierze opiera swoją wiedzę na kompetencjach medialnych, a więc umiejętnościach złożonych, takich jak dostęp i korzystanie z mediów, ich krytyczne rozumienie oraz tworzenie różnorodnych treści²⁶⁴. Media oraz tworzone przez nie przekazy odgrywają dużą rolę w kształtowaniu się nowych systemów edukacyjnych oraz społeczno-kulturowych. Szczególnie ważne wydaje się tu zwrócenie

²⁶⁰ H.-J. Bucher, op. cit., s. 87-88.

²⁶¹ G. Antos, J. Spitzmuller, *Jakie „znaczenie” ma design tekstu? Rozważania o teorii wiedzy typograficznej*, [w:] *Lingwistyka mediów...*, op. cit., s.185.

²⁶² J. Maćkiewicz, *Badanie mediów...*, op. cit., s. 39-40.

²⁶³ H.-J. Bucher, op.-cit., s. 79.

²⁶⁴ G. Ptaszek, *Wartości w mediach a kompetencje medialne w zakresie krytycznego odbioru i rozumienia przekazów medialnych*, [w:] *Współczesne media. Wartości w mediach – wartości mediów*, t. 1: *Wartości w mediach*, red. I. Hofman, D. Kępa-Figura, Lublin 2014, s. 235.

uwagi na tzw. nowe kompetencje medialne, zwane także cyfrowymi, które dotyczą głównie sposobów korzystania z nowych mediów, a więc znajdowania oraz selekcji informacji, a także kultury uczestnictwa oraz konwergencji mediów²⁶⁵. Jest to szczególnie ważne, kiedy myślimy o telewizji oraz jej rozwijającej się obecnie internetowej wersji, ponieważ, jak zaznacza Małgorzata Bogunia-Borowska²⁶⁶, telewizja jest tym medium, które niezwykle dynamicznie przeobraża się pod wpływem bodźców oraz wyzwań stawianych nowym mediom. Rozwój technologiczny, niosący za sobą wszechobecną digitalizację skutkuje zatem nie tylko nową formą tradycyjnych już mediów, ale także wielością nieobecnych wcześniej możliwości działania²⁶⁷. Jednocześnie, krytyka w odbiorze mediów i ich przekazów często zanika, co powoduje brak uwzględnienia danej informacji w szerszym, a więc kulturowym, społecznym czy politycznym kontekście. W rezultacie przekaz, który trafia do odbiorcy, jest niepełny, a czasem nawet niezrozumiały. To, jak prezentowana jest dana osoba na fotografii czy filmie, a także to jak o się o niej mówi, a w tym jakich słów i zwrotów używa się do jej opisu, może informować o tym, jak jest ona oceniana. Niesie to za sobą także sugestie sposobu jej oceny przez odbiorców, a więc może wpływać na ich przekonania. Myślenie w sposób krytyczny, a więc refleksyjny, jest więc i zawsze musi być fundamentem odbioru oraz rozumienia przekazów medialnych.

Jak podkreśla Krystyna Skarżyńska, media „zasiewają sztuczny świat w umysłach odbiorców. Działa więc efekt kultywacji, czyli przejmowania obrazu świata pokazywanego w telewizji”²⁶⁸. Wszystko to może wpływać na tworzenie mniej lub bardziej zniekształconych wizji świata przez odbiorców mediów, którzy uznają je za główne źródło informacji. Telewizja wyznacza zatem pewien zestaw dominujących w świadomości danego społeczeństwa treści symbolicznych, wyobrażeń oraz wartości²⁶⁹. Badania na ten temat prowadził George Gerbner, twórca teorii kultywacji, który podkreślał, że to właśnie telewizja jest głównym źródłem informacji obrazowych i werbalnych dla społeczeństw, przez co zakorzenia – a więc kultywuje – w świadomości

²⁶⁵ Ibidem.

²⁶⁶ M. Bogunia-Borowska, *Fenomen telewizji. Interpretacje socjologiczne i kulturowe*, Kraków 2012, s. 37.

²⁶⁷ M. Bogunia-Borowska, op. cit., s. 37-38.

²⁶⁸ K. Skarżyńska, *Czy media elektroniczne tworzą sztuczny świat? Rola mediów elektronicznych w rozumieniu świata i kształtowaniu postaw* [w:] *Komunikowanie (się) w mediach elektronicznych. Język, edukacja, semiotyka. Monografia*, red. M. Filiciak, G. Ptaszek, Warszawa 2009, s. 399.

²⁶⁹ M. Mrozowski, *Funkcje telewizji w społeczeństwie*, [w:] *Człowiek a telewizja...*, op. cit., s. 48.

jej odbiorców pewne wizje rzeczywistości²⁷⁰. Dany program wprowadza odbiorcę do „kultury środka”, a więc podzielanych przez członków danego społeczeństwa przekonań, poglądów i wartości²⁷¹. Język telewizji, a więc charakterystyczny dla niej multimodalny system znaków, daje duże możliwości wpływania na umysły i emocje odbiorców²⁷². Wynika z tego, że telewizja może w charakterystyczny dla niej i multimodalny sposób kształtować i propagować uznawane w danej kulturze postawy oraz wartości²⁷³. Stopień, w jakim uda jej się osiągnąć ten cel, zależy nie tylko od sposobu prezentacji informacji oraz czasu spędzonego na oglądaniu emitowanych treści, ale i wspomnianego już poziomu zrozumienia przekazów prezentowanych przez media oraz opanowanych umiejętności ich krytycznego odbioru.

2.4. Badanie wartości w programach telewizyjnych

W niniejszej pracy badam to, jakie wartości pojawiają się w amerykańskich i szwedzkich przekazach telewizyjnych i jak są one w nich prezentowane. Sposób, w jaki nadawcy konstruują przekazywane widzom treści, a w tym, jak wyróżniają w nich wartości, może bowiem wpływać na to, które z nich odbiorcy uznają za ważne, słuszne i godne wyznawania. Tak kreowany przez telewizję medialny obraz świata tworzy ogólny światopogląd dużej części społeczeństw oraz w konsekwencji to, jak prezentują się one w oczach innych. Jeśli obraz ten jest pozytywny czy ciekawy, może stać się dla wielu inspiracją i czymś wartym naśladowania.

W jaki zatem sposób traktuję wartości w badaniach przeprowadzanych w tej rozprawie? Ze względu na bogactwo materiału, który uwzględniam, w pracy nie jestem w stanie zająć się językiem wartościującym w sposób całościowy, a ograniczam się wyłącznie do nazw wartości. Nie jest to bowiem to samo: czym innym są nazwy wartości, a czym innym wartościujący język. W pracy będę więc traktować język jako źródło informacji o wartościach, poszukując, jakie wartości ukryte są w analizowanych przekazach. Niektóre z nich mogą być prezentowane odbiorcy bezpośrednio, a więc będą

²⁷⁰ G. Ptaszek, *Jak badać medialny obraz...*, op. cit., s. 18.

²⁷¹ K. Jakubowicz, *Telewizja a człowiek i społeczeństwo*, [w:] *Człowiek a telewizja...*, op. cit., s. 11.

²⁷² J. Bralczyk, *Język...*, op. cit., s. 22.

²⁷³ G. Ptaszek, *Wartości w mediach...*, op. cit., s. 238.

to wartości niejako „wrzucone” w przekaz, a inne – pośrednio, tzn. będą one omówione w sposób opisowy, mniej jawny. Wartości utrwalane są bowiem w języku, a więc znaczeniach słów. Poprzez analizę tych znaczeń można zrekonstruować zawarty w językowym obrazie świata system aksjologiczny. Rekonstrukcja ta ukaże, jak kształtowany jest on przez każdy z wybranych do analizy programów. W mniejszym stopniu odniosę się zatem w pracy do sposobów wprowadzania ocen. Nie badam bowiem języka wartościowań, tylko sposób przekazywania wartości.

Polem do analizy tych przekazów są w niniejszej pracy telewizyjne programy śniadaniowe, które – ze względu na szeroki wachlarz podejmowanych w ich ramach tematów – dają możliwość zaprezentowania wartości dotyczących różnych sfer życia, co ma wpływ na formowanie świadomości odbiorcy. Działa tu bowiem wspomniany w poprzednim podrozdziale „efekt kultywacji”, a więc przejmowania przez widzów obrazu świata widzianego w telewizji.

Badanie wartości w telewizji różni się od badania wartości w prasie. Wykorzystywane są tu do odbioru bowiem dwa zmysły – wzrok i słuch. Daje to inne możliwości oddziaływania. Język telewizji charakteryzuje się symbiozą tekstu z obrazem, tak też w pracy badam oddziałujące na siebie tak werbalne, jak i pozawerbalne elementy każdego z wybranych do analizy przekazów oraz ukazujące się w nich tło wartości. Elementów tych nie można postrzegać i badać w izolacji. Tylko analiza i interpretacja powiązań między nimi może dać w rezultacie rzetelne wyniki badań, ponieważ kody te współpracują ze sobą, a nie istnieją niezależnie od siebie.

Podsumowując drugi rozdział należy przypomnieć kilka najważniejszych wniosków. Aksjologia, podobnie jak konstruktywizm, łączona jest z wieloma dyscyplinami, jednak najbardziej istotne w kontekście tej pracy są językoznawstwo i komunikacja oraz medioznawstwo. System aksjologiczny jako zbiór powiązanych ze sobą elementów dotyczących wartości i wartościowania, oprócz nauk, z którymi dla wielu kojarzy się w pierwszej kolejności – a więc prawem, filozofią czy teologią –

występuje bowiem także w mediach, które są kształtowane przez język. Interesujące mnie w tej pracy medium audiowizualne, telewizja, wyraża wartości zarówno za pomocą słów, jak i obrazów. Wartościowanie, a zatem opiniowanie czy formułowanie oceniających sądów, jest nieodłączną częścią medialnego obrazu świata. Ten powstaje z kolei poprzez stworzone przez nadawcę werbalne i pozawerbalne konstrukcje językowo-obrazowe, które każdorazowo należy postrzegać multimodalnie, jako całość, nigdy zaś w izolacji. Wartości – w tym także te przekazywane przez język mediów – stają się czynnikiem wpływającym na konstruowanie wizji rzeczywistości nosicieli języka i w rezultacie konstytuują ich społeczno-kulturową tożsamość.

Samych znaczeń słowa *wartość* jest wiele. W niniejszej pracy interesują mnie jednak jedynie wartości w sensie aksjologicznym, a więc jakościowym, które wyrażane są w przekazach konstruowanych przez media. Język – także ten medialny – jest niejako „zanurzony” w wartościach. Znaczeniowa strona języka niejednokrotnie kryje w sobie bowiem pewne społeczne oceny rzeczywistości, a także same sposoby kategoryzowania. Język jest zarówno narzędziem wartościowania, jak i źródłem informacji o tym, jakie wartości są w danym społeczeństwie, wspólnocie czy grupie uznawane za pozytywne, a jakie za negatywne. Doświadczenie społeczno-kulturowe, którego wartości są nieodłączną częścią, można zatem odczytać z aktów mowy każdego z nas. Pomimo że najczęściej wartości łączymy z zaletami, a zatem czymś pozytywnym, wyróżnić można także wartości ujemne, czyli antywartości. Wartości można także podzielić na instrumentalne, czyli uzualne oraz ostateczne, inaczej absolutne. Jednakże, niemal wszystkie wartości mogą funkcjonować albo jako absolutne, albo jako instrumentalne – najważniejsze jest tu bowiem pytanie o to, *dla kogo* wartości te mają być rozpatrywane.

W przekazach medialnych wartości i antywartości są niekiedy „wrzucone” w tekst, a innym razem przekazywane są odbiorcy w sposób sekundarny, opisowy, a zatem bardziej ukryty. W pracy badam, jak język informuje o wartościach. Według podziału Jadwigi Puzyniny byłyby to z jednej strony odpowiednio wartości deklarowane, a z drugiej uznawane i odczuwane. Podziałowi temu odpowiada z kolei stworzony przeze mnie i używany w analizie w rozdziale IV podział na wartości przekazywane z jednej strony w sposób bezpośredni, z drugiej – pośredni²⁷⁴. Analiza znaczeń ukrytych w

²⁷⁴ Patrz: podrozdział 4.1.

przekazach pozwoli mi zrekonstruować zawarty w językowym obrazie świata system aksjologiczny prezentowany w każdym z wybranych programów w USA i w Szwecji.

ROZDZIAŁ III

AMERYKAŃSKA I SZWEDZKA TELEWIZJA PORANNA

W części analitycznej zajmę się badaniem wybranych programów amerykańskiej i szwedzkiej telewizji śniadaniowej prezentowanych w internecie. Gatunek ten w każdym z badanych przeze mnie państw nazywany jest nieco inaczej, co ma związek z częścią cech oraz funkcji programów analizowanych w tej pracy. Różnice te widać zarówno pomiędzy oboma krajami, a więc Stanami Zjednoczonymi i Szwecją, jak i w odniesieniu każdego z nich do ich polskiego odpowiednika, co pokazuje literatura przedmiotu. W związku z tym trzeba doprecyzować, po pierwsze, jak w USA oraz Szwecji nazywa się gatunek, który w Polsce nazywamy telewizją śniadaniową oraz jak te określenia definiują to, czym się on charakteryzuje, po drugie, czym różni się telewizja w internecie od telewizji internetowej, po trzecie, na czym polega specyfika telewizji śniadaniowej. Ze względu na analizę określonych programów, należy również opisać sam kontekst powstania oraz zmiany zachodzące w formie wybranych magazynów porannych na tle historii ich stacji oraz uzasadnić przy tym sam ich wybór. Kluczowe jest także odniesienie się do samej funkcji, jaką, według założenia państwa (w wypadku stacji publicznych) i/lub prywatnych nadawców (w kontekście kanałów komercyjnych) w danym kraju miała i ma pełnić telewizja w społeczeństwie. Choć funkcji może być zawsze kilka, to jedna z nich najczęściej wyznaczana jest w założeniu jako dominująca. Należy zbadać zatem, czy w wypadku tak stacji NBC, jak i SVT oraz TV4, od początku była, a także czy obecnie jest to funkcja informacyjna, rozrywkowa czy może edukacyjna, co jest szczególnie ważne biorąc pod uwagę badany w tej pracy aspekt aksjologiczny. Czy poszczególne programy nastawione są głównie na *infotainment*, czy też ich profil można bardziej łączyć z ofertą edukacyjną, w której ramach przekazywane są odbiorcom ważne dla danej stacji i jej państwa wartości? Dzięki wykonaniu takiego studium będzie można dogłębniej zrozumieć, z jakich przyczyn wynikały zmiany przeprowadzane na przestrzeni lat w wybranych przeze mnie telewizjach oraz jakie znaczenie miały i mają dla nich programy poranne.

3.1. Telewizja poranna czy śniadaniowa? Problemy z nazwą gatunku

Pierwszy telewizyjny program poranny powstał w latach 50. XX wieku w Stanach Zjednoczonych²⁷⁵. Na ten okres można zatem datować powstanie gatunku jakim jest telewizja śniadaniowa. Nazwa ta nie jest jednak bezpośrednim tłumaczeniem znanego z USA oryginału. Pionierski program *Today* został zaklasyfikowany w Stanach Zjednoczonych jako *morning show*, czyli magazyn poranny mający charakter nie tylko informacyjny, ale także rozrywkowy. Słowo *morning*, czyli *poranek*, bezpośrednio definiuje porę dnia, w ciągu której nagrywa i transmituje się program na żywo. Rzeczownik *show*, a więc *widowisko*, wskazuje na kierowany do widzów przekaz, najczęściej mający na celu prezentację informacji połączonej z rozrywką. Program ten zawiera bowiem nie tylko segment z *newsami* z kraju i świata, ale także wiadomości dotyczące sztuki i kultury, sportu czy pogody. Następujące po sobie wspomniane części tworzą całość, która składa się na ostateczny, zaplanowany i realizowany przez stację produkt. Dzięki temu, że podczas trwającego kilka godzin odcinka niemal każdy znajdzie w nim coś dla siebie, grupa odbiorców powiększa się, realizując tym samym główny cel stacji.

W latach 80. XX wieku powstał pierwszy brytyjski program stworzony na wzór amerykańskiego *morning show Today*²⁷⁶. Był to także moment, kiedy gatunek ten trafił po raz pierwszy do Europy i w niektórych z jej krajów otrzymał nową nazwę. W brytyjskiej odmianie języka angielskiego nazwano go *breakfast television*, a więc telewizją śniadaniową. Podobnie w Niemczech – *Frühstücksfernsehen* czy Belgii – *ontbijttelevisie*. Jednakże w wielu innych krajach europejskich gatunek ten – zgodnie z jego faktycznym głównym i stałym wyznacznikiem, a więc realizacją oraz transmisją programu w godzinach porannych – otrzymał nazwę „telewizji porannej”. Tak programy te nazwano chociażby we Francji (*télévision matinale* od *matinale* – *poranny/a*), czy w Hiszpanii (*televisión matinal* od *matinal* – *poranny/a*). W Szwecji, choć niekiedy używane jest bezpośrednie tłumaczenie z brytyjskiej odmiany angielskiego brzmiące

²⁷⁵ By TODAY, *Learn about anchors, visiting the show, how to contact us and more*, <https://www.today.com/about/learn-about-anchors-visiting-show-how-contact-us-more-t102953> [dostęp: 15.07.2021].

²⁷⁶ *First episode of BBC Breakfast Time*, <https://www.bbc.com/historyofthebbc/anniversaries/january/breakfast-time/> [dostęp: 15.07.2021].

wówczas *frukost-tv*, gatunek ten nazywa się oficjalnie *morgon-tv*, a więc „telewizją poranną”, a same tworzone w ramach niej programy nie „śniadaniowymi”, a „telewizyjnymi programami porannymi” (*tv-morgonprogram*).

Nazwa „telewizja śniadaniowa” nawiązuje do pory dnia, uchodzącej z założenia za czas przeznaczony przez widzów na śniadanie, co – od czasu powstania omawianego gatunku – mogło (jednak, naturalnie, nie musiało) być połączone z oglądaniem informacyjno-rozrywkowego programu, emitowanego w tym samym czasie w telewizji. Warto zwrócić uwagę na fakt, iż tak jak w wypadku amerykańskiej nazwy *morning show*, czy szwedzkiej *morgon-tv*, niezależnie od odbiorcy i jego preferencji lub innych niezwiązanych z nim czynników, program ten faktycznie zawsze realizowany jest rano i w tym samym czasie emituje się go na żywo, tak pora pierwszego posiłku w ciągu dnia każdego z widzów może się znacząco różnić. Odbiorcami wspomnianego programu mogą być i są także osoby, które w ciągu dnia nie spożywają tego posiłku w ogóle. Amerykańska nazwa *morning show* czy szwedzka *morgon-tv*, wydają się być zatem w tym wypadku bardziej trafne niż *breakfast television*.

Dlaczego jeszcze określenia „telewizja poranna” czy „telewizyjne programy poranne” wydają się być bardziej relewantne – zwłaszcza obecnie – niż „telewizja śniadaniowa”? Bardzo ważnym aspektem jest tutaj zwrócenie uwagi na transformację, która dokonała się w telewizji – także brytyjskiej, a ogólnie europejskiej, jednak najczęściej nie w ramach samej nazwy opisywanego gatunku. Do końca lat 80. XX wieku, zarówno w USA, jak i Europie, monopol na transmisję magazynów porannych miały jedynie telewizje publiczne. Magazyny poranne można było oglądać wówczas jedynie w telewizji tradycyjnej. W latach 90. XX wieku nastąpiła natomiast rywalizacja telewizji publicznej z komercyjną²⁷⁷. Pomimo mających miejsce w tym czasie początków rozpowszechniania domowego dostępu do internetu na większą skalę, telewizję wciąż oglądano jednak w sposób tradycyjny. To XXI wiek przyniósł największe zmiany dotyczące możliwości odbioru magazynów porannych przez widzów. Ważna wcześniej ramówka, a więc zaplanowany oraz regularnie emitowany układ programów, zaczęła rzadziej wyznaczać rytm dnia i wpływać na przyzwyczajenia odbiorców²⁷⁸. Dzięki

²⁷⁷ M. Wawer, *Programowanie w telewizji linearnej i nielinearnej. Jak zmienia się rola ramówki?*, [w:] *Komunikowanie w procesie zmian*, red. W. Świerczyńska-Głównia, A. Hess, M. Nowina-Konopka, Kraków 2021, s. 213.

²⁷⁸ Ibidem, s. 210.

różnorodnym urządzeniom z dostępem do internetu, widz sam może decydować o tym, kiedy i gdzie obejrzy wybrany odcinek programu. Jedną rzeczą się zatem nie zmienia – każdy z odcinków nagrywany i oryginalnie emitowany jest w telewizji rano, jednak dzięki widocznej w XXI wieku transformacji powiązanej z wykorzystywaniem nowych mediów, widz na oglądanie programu zamiast pory śniadaniowej może wybrać każdą inną, zważając na osobiste preferencje i możliwości.

Biorąc zatem pod uwagę fakt, iż praca ta dotyczy amerykańskich i szwedzkich magazynów porannych i nie dotyczy problemów związanych z polską telewizją, terminy takie jak „telewizja poranna” czy „telewizyjne programy poranne”, zaproponowane w Stanach Zjednoczonych czy Szwecji, stosowane są tu wymienne z określeniem „telewizja śniadaniowa”. Ten bowiem, pomimo że oficjalnie nie jest stosowany w USA czy Szwecji, pojawia się w polskich publikacjach. Te jednak w większości traktują o właśnie rodzimych, a nie zagranicznych programach tego typu, przez co użycie tego określenia w nich – bardziej niż w niniejszej pracy – można uznać za adekwatne.

3.2. Telewizja internetowa a telewizja w internecie – rozróżnienie

Rozróżnienie: TV internetowa a TV w internecie to sprawa różnic gatunkowych. TV internetowa (tak jak internetowa prasa) dopasowuje się w jakiś sposób do reguł nadawczo-odbiorczych panujących w internecie (linki, interaktywność etc.), w którym powstaje i funkcjonuje poza tradycyjnymi kanałami dystrybucji. TV w internecie ma natomiast swój odpowiednik w telewizji tradycyjnej, a rola jej internetowej formy przede wszystkim polega na umożliwieniu widzom odbioru danych programów w wybranym miejscu i czasie. Telewizja w internecie to bowiem telewizja, która została „jedynie” przeniesiona z tradycyjnych odbiorników do sieci internetowej, czyli nie tyle innego medium, a cyfrowej przestrzeni komunikacyjnej²⁷⁹. Proces „usieciowienia” dokonał się zatem w tym samym czasie względem niemal każdego z mediów. Oprócz telewizji, dotknął także prasy, radia czy filmu. Jak za Jayem Davidem Bolterem oraz Richardem Grusinem pisze Bogusław Skowronek, jest to nic innego jak zjawisko „remediacji”, czyli

²⁷⁹ B. Skowronek, *Technologia...*, op. cit., s. 13.

procesu polegającego na reprezentowaniu danego medium w innym²⁸⁰. W erze nowych technologii media potrzebują bowiem samych siebie już nie tylko aby funkcjonować, ale także aby tworzyć kolejne możliwości ich prezentacji i odbioru dla wciąż ewoluujących i szukających nowych rozwiązań społeczeństw. Aspekt ten jest szczególnie ważny ze względu na powstawanie coraz to kolejnych możliwości korzystania zarówno z informacji czy rozrywki, jak i edukacji, przez każdego z dostępem do internetu, w wybranym przez siebie momencie.

Terminy „televizja internetowa” oraz „televizja w internecie” nie oznaczają zatem tego samego zjawiska. Televizja internetowa to taka, która występuje jedynie w internecie i najczęściej nie ma swojego odpowiednika w telewizji naziemnej, satelitarnej lub kablowej. Zazwyczaj jest ona dostarczana za pośrednictwem witryn internetowych, takich jak np. YouTube, Vimeo, czy innych serwisów wymiany wideo, a coraz częściej także dzięki portalom społecznościowym – głównie takim jak Facebook czy Instagram. Televizja internetowa jest zatem zjawiskiem relatywnie nowym, zależnym od nowych mediów, przez co tworzona jest zarówno przez profesjonalistów, jak i amatorów²⁸¹. Jej rozwój widoczny jest nieustannie dzięki postępowi technologicznemu, w związku, z którym udostępnianie klipów czy filmów w sieci staje się coraz łatwiejsze i towarzyszy temu coraz doskonalszy sposób prezentowania obrazu i dźwięku²⁸². Przykładem telewizji internetowej jest chociażby MaxTV, którą od 2007 roku na kanale YouTube prowadzi Mariusz Max Kolonko. Televizja w internecie obejmuje natomiast wszystkie formy telewizyjne pojawiające się w sieci²⁸³. Programy w pełnych wersjach dostarczane poprzez telewizję w internecie, najczęściej można oglądać także za pośrednictwem telewizji tradycyjnej. Program, który oglądamy w telewizji, możemy zatem znaleźć i obejrzeć w tym samym formacie na stronie internetowej jego stacji. Wybierając telewizję w internecie, odbiorca sam może dopasować miejsce i czas oglądania wybranych programów. Jest to możliwe dzięki usłudze VOD (ang. *video on demand*), a więc *wideo na życzenie*, zwane także *oglądaniem na żądanie*. Najczęściej odbiór różni się porą dnia

²⁸⁰ Ibidem.

²⁸¹ A. Szwed-Walczak, *Televizja internetowa – informacja, sensacja czy kreacja?*, [w:] *Współczesne media. Media informacyjne*, t. 2, red. I. Hofman, D. Kępa-Figura, Lublin 2016, s. 253.

²⁸² M. Jeziński, *Specyfika i funkcje społeczne telewizji internetowej*, [w:] *Televizja internetowa a granice mediów posttelewizyjnych*, red. W. Skrzydlewski, A. Węglińska, A. Zięta, Polkowice 2013, s. 73.

²⁸³ S. Ovcharova, *Televizja internetowa w służbie demokracji. Studium przypadku niezależnej stacji telewizyjnej na Ukrainie w latach 2013-2014*, praca magisterska, Uniwersytet Warszawski, Warszawa 2015, s. 10.

od oryginalnego czasu antenowego, pomimo że w niektórych wypadkach możliwe jest także oglądanie wybranego programu telewizyjnego w internecie w rzeczywistym czasie jego transmisji telewizyjnej, co z kolei nazywane jest *streamingiem online*. Mamy tu zatem do czynienia z nielinearnością odbioru, w przeciwieństwie do linearności charakteryzującej ramówki w telewizji tradycyjnej.

Gatunkiem, który wybrałam do analizy w niniejszej pracy, jest amerykańska i szwedzka telewizja funkcjonująca w internecie. Dlaczego jednak wybór padł na wersje dostępne w sieci, skoro – jak zostało zaznaczone powyżej – programy prezentowane w telewizji w internecie mają swój odpowiednik w telewizji tradycyjnej? Decyzja ta podyktowana została kilkoma czynnikami. Po pierwsze, należy zaznaczyć, że wykonanie analizy w sposób rzetelny, oglądając każdy z odcinków w telewizji tradycyjnej jednokrotnie, a więc jedynie w realnym czasie ich transmisji, nie byłoby możliwe. Każdy z odcinków trwa około trzech godzin i aby przeanalizować je z uwzględnieniem wielu aspektów wpływających na tworzony w nich multimodalny przekaz, należy obejrzeć każdy z nich kilkakrotnie. W analizie badam przekaz audiowizualny, zatem biorę pod uwagę wypowiedzi i przekazy prezentowane zarówno w formie ustnej, jak i obrazowej oraz tekstowej ukazywanej na ekranie. Wybrałam dziesięć tematów, które zaprezentowane zostały w trzech programach w odmiennych stacjach. Niekiedy jeden temat prezentowano kontynuacyjnie w ramach kilku odcinków. Oznacza to, że w pracy analizuję ponad sto godzin audiowizualnego materiału prezentowanego w dwóch językach (j. angielskim oraz j. szwedzkim). Stu godzin materiału nie analizuje się jednak w czasie stu godzin zegarowych. Każdy z odcinków należało obejrzeć nie tylko kilkakrotnie, ale też najczęściej w wielu miejscach zatrzymując wybrane fragmenty, aby zapisać i przetłumaczyć wypowiedziane przez prezenterów lub gości słowa oraz dokładnie przeanalizować elementy wizualne prezentowane zarówno na pierwszym, jak i drugim planie. Ostatecznie badanie objęło zatem kilkaset godzin analizy audiowizualnej. To wszystko zostało poprzedzone wieloma godzinami oglądania każdego z programów, aby przed badaniem dokonać selekcji materiału, a więc wybrać i pogrupować odcinki tematycznie. Po drugie, oglądanie odcinków w telewizji tradycyjnej byłoby niemożliwe dla badacza, który analizuje je przebywając w innym państwie. To z kolei dzieje się z dwóch powodów: w mojej pracy oprócz komercyjnych, wybrałam także publiczne stacje, które można oglądać w telewizji tradycyjnej jedynie na terenie kraju, z którego pochodzą;

dodatkowo, w niniejszej pracy badam programy pochodzące nie tylko ze Szwecji, ale także ze Stanów Zjednoczonych, co oznacza, że odcinki te emitowane są w innej strefie czasowej. Wybór tego gatunku łączy się zatem z praktyczną stroną badań w pracy, czyli możliwością wtórnego obejrzenia analizowanych fragmentów odcinków na przestrzeni dwóch lat (styczeń 2018 – grudzień 2019), dzięki dostępności materiału w internecie. Amerykański program śniadaniowy *Today*, a także szwedzkie *Morgonstudion* oraz *Nyhetsmorgon* dostępne są dla odbiorców w formie całych odcinków lub podzielonych tematycznie fragmentów na oficjalnych stronach internetowych tych stacji²⁸⁴.

Wszystko to wskazuje na cechy telewizji w internecie, które odróżniają ją od telewizji prezentowanej w sposób tradycyjny. Sprawiają one także, że grupa odbiorców danej stacji powiększa się. Cechy te to chociażby możliwość dopasowania pory oglądania danych programów do indywidualnych preferencji odbiorcy, zanik barier geograficznych i ograniczeń związanych ze zmianą stref czasowych, czy też możliwość odbioru programów w dowolnym miejscu dzięki (nieistniejącej w wypadku tradycyjnego telewizora) mobilności urządzeń elektronicznych, takich jak np. laptopy, smartfony czy tablety.

Ważnym do zaznaczenia aspektem jest także to, że głównym punktem wyjścia pracy było wybranie do analizy najważniejszych, a w tym jednocześnie często pionierskich w danych krajach programów śniadaniowych. Te bowiem, w obrębie wybranego gatunku telewizyjnego, od relatywnie najdłuższego czasu, trafiają do najszerzej publiczności w danym państwie. Dzieje się tak zarówno ze względu na staż i popularność programu, jak i na samą oferowaną w telewizji śniadaniowej różnorodność tematów, spośród których niemal każdy znajdzie coś dla siebie. Liczba odbiorców każdego z badanych programów w ich krajach jest ważna ze względu na zaznaczany w pracy możliwy wpływ systemu aksjologicznego kształtowanego przez media na społeczeństwo danego państwa. Im większa liczba odbiorców programu, tym większy jego wpływ na obywateli. Każdy z analizowanych programów powstał w pierwszej kolejności w telewizji tradycyjnej, po czym został udostępniony w internecie. Mamy tu zatem do czynienia ze wspomnianym już „usieciowieniem” mediów tradycyjnych. Celem tej transformacji był nie tylko niepisany obowiązek pójścia z duchem czasu i

²⁸⁴ Zob. *Today*: <https://www.today.com/archive>, <https://www.youtube.com/c/TODAY/videos> [dostęp: 20.01.2020]; Zob. *Morgonstudion*: <https://www.svtplay.se/morgonstudion> [dostęp: 20.01.2020]; Zob. *Nyhetsmorgon*: <https://www.tv4play.se/klipp/nyhetsmorgon> [dostęp: 20.01.2020].

zaadaptowania możliwości nowych mediów do znanych, tradycyjnych sposobów emisji, ale także właśnie wspomniana chęć powiększenia liczby widzów.

3.3. Specyfika telewizji śniadaniowej

Jedną z podstawowych kwestii wymagających wyjaśnienia i doprecyzowania w niniejszej pracy jest opisanie specyfiki telewizji śniadaniowej. Wszystkie wybrane przeze mnie do analizy programy, a więc zarówno amerykański *Today* (zwany również *The Today Show*), jak i szwedzkie *Morgonstudion* oraz *Nyhetsmorgon*, zaliczane są do programów telewizji porannej. Pomimo faktu, iż telewizja ta, zwana wymiennie śniadaniową, jest programem o charakterze m.in. informacyjnym, nie jest ona tym samym co informacyjne programy telewizyjne. Gatunki te odróżnia od siebie wiele istotnych cech, które opiszę w niniejszym podrozdziale.

Każda telewizja jest multimodalna, a więc łączy w sobie różne kody semiotyczne, takie jak chociażby te podstawowe, a więc obraz i dźwięk (głos prowadzących i gości), ale także dodatkowe takie jak mimika, muzyka (dopasowana ścieżka dźwiękowa), czy tekst pojawiający się na ekranie. Analiza poszczególnych odcinków wykonana w kolejnym rozdziale zwraca uwagę zarówno na język, którym posługują się uczestnicy porannego *show*, jak i na obraz, który jest bardzo ważnym, jednak drugim po języku składnikiem przekazu telewizyjnego²⁸⁵. Obraz zyskuje we współczesnych programach śniadaniowych jednak coraz większe znaczenie. To właśnie dzięki niemu, a więc chociażby zmianie scenografii studia, czy też wykorzystywanym na ekranie efektom graficznym, przekazywane treści, podzielone na poszczególne segmenty, zostają w wyraźny sposób wyodrębnione. Pozwala to odbiorcy na bardziej czytelny odbiór prezentowanych informacji, jak i ewentualny wybór jedynie niektórych interesujących go części. Dzięki tak zaplanowanej strukturze programu, widz może zacząć oglądać go w wybranym momencie bez poczucia utraty wcześniej prezentowanych informacji.

²⁸⁵ Z. Kurzowa, M. Szpiczakowska, *W poszukiwaniu przedmiotu, celów i metod badawczych*, [w:] *Badania nad językiem telewizji polskiej. Studia metodologiczne i opisowe*, red. Z. Kurzowa, Warszawa 1985, s. 15.

Warto przyrzeć się specyfice telewizji śniadaniowej na tle serwisów informacyjnych. Wyznaczając cechy omawianego w niniejszej pracy gatunku, należy zatem po pierwsze zwrócić uwagę na sam czas nadawania. Zarówno programy informacyjne, jak i poranne, nadawane są na żywo, jednak te pierwsze najczęściej emitowane są w godzinach wieczornych, podczas gdy czas antenowy przeznaczony dla telewizji śniadaniowej to godziny poranne lub przedpołudniowe. Stąd też sama nazwa gatunku – telewizja poranna czy też śniadaniowa – nawiązująca do faktu, iż nadawana jest ona rano, podczas ogólnie przyjętej pory śniadaniowej odbiorcy.

Programy informacyjne, skupiające się najczęściej na przekazaniu najnowszych wiadomości z kraju i świata, emitowane są zazwyczaj w wybranym przez daną stację czasie pomiędzy godziną 18:00 a 22:00, a programy śniadaniowe odbiorcy telewizji tradycyjnej mogą obejrzeć pomiędzy 5:00 a 11:00. W tym miejscu można zapytać zatem o zasięgi programów śniadaniowych. Kto bowiem, oprócz oryginalnie docelowej grupy – gospodyń domowych oraz osób na emeryturze – wchodzi w skład stałej grupy odbiorców tych programów? Pomimo nasuwającego się na myśl wyżej wymienionego pytania, telewizja śniadaniowa jest emitowana w ponad pięćdziesięciu państwach na świecie i odnosi zarówno sukcesy finansowe, jak i te pod względem oglądalności²⁸⁶. Niemniej jednak, wiele osób traktuje programy tego typu bardziej jak poranne programy radiowe, a zatem słucha, jednak nie zawsze dokładnie ogląda poszczególne fragmenty, co spowodowane jest różnymi wykonywanymi równocześnie czynnościami²⁸⁷. Pierwotnie wyznaczony czas nadawania programów śniadaniowych skutkuje tym, że odbiorcy częściej oglądają w całości wieczorne programy informacyjne, aniżeli poranne, podczas emisji których wiele osób zaczyna pracę czy też zajęcia w szkole lub na uczelni. Temu właśnie wychodzi naprzeciw telewizja w internecie, dzięki której można obejrzeć odcinki programów śniadaniowych w całości lub we fragmentach w wybranym przez siebie czasie i miejscu.

Aspektem, który także dotyczy czasu nadawania, a tym samym utrzymania widza przed telewizorem (lub komputerem) jest sama długość programów śniadaniowych. Podczas gdy wiadomości wieczorne trwają najczęściej około godzinę, telewizja

²⁸⁶ M. Sanakiewicz, *Poetyka telewizyjnych programów porannych. Między informacją, tabloidem i autopromocją*, Warszawa 2013, s. 14.

²⁸⁷ O. Dąbrowska-Cendrowska, *Rozmawianie na ekranie – polska telewizja śniadaniowa w roli porannego towarzysza*, [w:] „Zeszyty Prasoznawcze”, nr 4, Kraków 2013, s. 480.

śniadaniowa to zwykle 4-godzinny program złożony z kilku bloków o różnorodnej tematyce. Ze względu na tak długą realizację, każdy odcinek programu śniadaniowego ma swój scenariusz, który jest nie tylko ściśle określony pod względem tematycznym, ale także czasowym, co porządkuje następstwo poszczególnych części²⁸⁸. Układ danego programu porannego każdorazowo wyznacza zatem pewien schemat, który dotyczy formalnej konstrukcji odcinka²⁸⁹. Dzięki płynnemu przechodzeniu jednego fragmentu w drugi, następujące po sobie minustruktury, z których skonstruowany jest każdy odcinek, ostatecznie tworzą zaplanowaną całość²⁹⁰. O upływie czasu przypomina zegar umieszczony w rogu ekranu. Może to być przydatne biorąc chociażby pod uwagę czas, jaki został odbiorcy do wyjścia z domu do pracy czy szkoły²⁹¹. W trakcie programu prezentowane są zarówno rozmowy, wywiady czy krótkie reportaże, jak i bloki reklamowe oraz zapowiedzi²⁹². W związku z tym, jednym z najważniejszych elementów programów porannych jest ich czołówka²⁹³. Jest ona niejako znakiem rozpoznawczym każdego z programów, który przenosi odbiorcę w kolejne elementy odcinka. Czołówka zawiera także informacje o samym charakterze rozpoczynającego się programu²⁹⁴. Od tego więc, czy jest ona interesująca i czy przyciąga wzrok oraz uwagę widza, zależy najczęściej to, czy będzie on oglądał kolejne segmenty programu.

Programy poranne są także tymi, które pokazują telewizję od kulis, przez co niejako ją demistyfikują²⁹⁵. W każdym odcinku pojawiają się np. ujęcia gości, którzy oczekują na swój występ czytając gazetę, czy też klatki pokazujące nie tylko uczestników rozmowy, ale te zaplecze techniczne, a w tym realizatorów obrazu, oświetlenia i dźwięku. Wcześniej telewizja była postrzegana jako niecodzienny i niemal „odświętny” świat, co niejednokrotnie można jeszcze zauważyć podczas oglądania serwisów informacyjnych. Stroje prowadzących także uległy zmianie – znane z wiadomości wieczornych garnitury

²⁸⁸ M. Bogunia-Borowska, *Fenomen...*, op. cit., s. 93.

²⁸⁹ M. Sanakiewicz, op. cit., s. 23.

²⁹⁰ M. Bogunia-Borowska, *Telewizja śniadaniowa, czyli codzienność z telewizją na żywo*, [w:] tejsze, *Barwy codzienności: analiza socjologiczna*, Warszawa 2009, s. 260-261.

²⁹¹ O. Dąbrowska-Cendrowska, *Poranny towarzyszy...*, op. cit., s. 18.

²⁹² Ibidem.

²⁹³ M. Mrozowski, *Telewizyjne programy informacyjne - polskie i zagraniczne (analiza porównawcza)*, [w:] „Studia Medioznawcze”, nr 3 (38), Warszawa 2009, s. 29.

²⁹⁴ A. Kalisz, *Telewizja śniadaniowa gatunkiem ponad narodami? Analiza porównawcza dwóch europejskich wydań programu*, [w:] *Gatunki mowy i ich ewolucja*, t. 5: *Gatunek a granice*, red. D. Ostaszewska, J. Przyklenk, Katowice 2015, s. 357.

²⁹⁵ M. Bogunia-Borowska, *Fenomen...*, op. cit., s. 102-105.

i garsonki zostały zamienione na wciąż bardzo schludne, jednak mniej formalne ubrania. Telewizja śniadaniowa odsłania więc wcześniej nieznaną, mniej formalną, a niekiedy także techniczną stronę poszczególnych odcinków, przez co staje się bliższa oglądającym ją widzom.

Kolejnym znaczącym aspektem jest także sama tematyka programów śniadaniowych. Telewizja poranna ma o wiele większe spektrum tematyczne niż serwisy informacyjne. „Telewizja śniadaniowa ma typowo magazynowy charakter, jest więc połączeniem tematów poważnych z lekkimi, informacji, plotek, przeglądu prasy, muzyki, drobnej publicystyki czy nawet autopromocji”, jak w swojej książce na temat poetyki opisywanego tu gatunku pisze z perspektywy teoretyczno-praktycznej Marcin Sanakiewicz²⁹⁶. Autor dodaje, że głównymi wyznacznikami programu porannego powinny być jego aktualność oraz atrakcyjność²⁹⁷. Odcinki programów śniadaniowych dotyczą zatem zarówno bieżących spraw politycznych oraz społecznych, jak i sportu, rozrywki, kultury czy sztuki. Co więcej, bardzo często dopełniane są fragmentami prezentującymi prognozę pogody oraz tematy kulinarne. Pojawiają się w nich nawet występy młodych talentów, np. tancerzy, wokalistów lub grup muzycznych. Co ważne, pomimo że omawiane w trakcie każdego z odcinków tematy przez wielość różnorodnych segmentów, a tym samym ograniczenia czasowe, często są bardziej anonsowane niż zgłębiane, jest to okazja, aby poszerzyć światopogląd odbierającego przekaz widza. Funkcją, jaką w tym wypadku pełni telewizja śniadaniowa, jest zatem funkcja edukacyjna²⁹⁸. Pomimo więc że tematy w telewizji śniadaniowej są bardziej sygnalizowane aniżeli wyczerpywane, jest to okazja do zasugerowania widzom wartych zgłębienia (oraz wybranych przez nich z porannego „katalogu”) kierunków tematycznych. Co więcej, odbiorca, który często wychodzi z założenia, że to, co prezentuje się w telewizji niewątpliwie musi być istotne, czuje się poinformowany, ponieważ jest „na bieżąco” z aktualnie popularnymi w mediach tematami²⁹⁹. Serwisy informacyjne skupiają się zaś najczęściej na przedstawieniu najważniejszych wydarzeń społeczno-politycznych z kraju oraz zagranicy, ewentualnie dopełniając każdy z odcinków fragmentami dotyczącymi kultury i sztuki. Programy poranne – pomimo, że

²⁹⁶ Ibidem.

²⁹⁷ M. Sanakiewicz, op. cit., s. 43.

²⁹⁸ Ibidem, s. 46.

²⁹⁹ Ibidem, s. 70-71.

podobnie jak serwisy informacyjne, emitowane są najczęściej codziennie – przygotowywane są niejednokrotnie z kilkudniowym wyprzedzeniem, co skutkuje zawieraną w nich bardziej złożoną i różnorodną treścią. Z tym wiąże się także wspomniane już określenie *infotainment*, oznaczające gatunek dziennikarski charakteryzujący się lekką publicystyką (ang. *soft news*) i często łączone z programami śniadaniowymi. Nazwa ta pochodzi od dwóch angielskich słów: *information* (informacja) oraz *entertainment* (rozrywka) i jest ich połączeniem, co przejawia się w każdym z prezentowanych odcinków. Łączy się to również z założeniem, że przekaz formułowany w telewizji – często inaczej niż w specjalistycznych publikacjach naukowych – powinien trafiać „do wszystkich”³⁰⁰. Przekaz, a w tym także sam język używany w telewizji, szczególnie w programach śniadaniowych z szeroką i różnorodną grupą odbiorców, powinien być więc zrozumiały dla każdego.

Złożona tematyka telewizji śniadaniowej łączy się także z kolejnym ważnym elementem będącym częścią jej odcinków, a mianowicie z zapraszaniem do programu gośćmi. Magazyn poranny nie istnieje bez rozmowy. Chociaż w telewizji to obraz może wydawać się kluczowy, to właśnie słowo jest głównym elementem programu porannego³⁰¹. Według klasyfikacji wypowiedzi dziennikarskich, która została zaproponowana przez Walerego Pisarka, rozmowy, które są przeprowadzane podczas programów telewizyjnych, należą do tych określanych jako słowno-obrazowe. Dzieje się tak, ponieważ pomimo niewątpliwie znaczącej roli samego telewizyjnego obrazu, tekst mówiony jest w nich komponentem dominującym³⁰². Rozmowa pomiędzy prowadzącymi program, a jego gośćmi może przybierać jednak różnorodny charakter. Z jednej strony, popularnym rozwiązaniem jest zapraszanie uczestników dyskusji do studia, a z drugiej niejednokrotnie wykorzystywane są także wideorozmowy lub też zadaje się pytania rozmówcom napotkanym w przestrzeni miejskiej. W telewizji śniadaniowej występuje najczęściej dwóch prowadzących (ang. *hosts*), nazywanych także gospodarzami, którzy tworzą tzw. zespół (ang. *team*), którego zadaniem jest współpraca i zrealizowanie wspólnie wyznaczonych celów³⁰³. Najczęściej jest to para mieszana, damsko-męska, co np. niejednokrotnie ułatwia zadawanie pytań w trakcie poruszania trudnych dla

³⁰⁰ P. Bourdieu, *O telewizji...*, op. cit., s. 7.

³⁰¹ M. Sanakiewicz, op. cit., s. 25.

³⁰² W. Pisarek, *Wstęp do nauki o komunikowaniu*, Warszawa 2008, s. 123-126.

³⁰³ M. Bogunia-Borowska, *Fenomen telewizji...*, s. 99.

niektórych gości tematów³⁰⁴. W wypadku serwisów informacyjnych natomiast, wiadomości przekazywane są najczęściej przez jednego dziennikarza, który ewentualnie łączy się zdalnie z innymi reporterami, relacjonującymi daną sytuację w kraju lub za granicą.

W ramach obu wspomnianych gatunków nie należy pomijać również wkładu pracowników zajmujących się stroną techniczną programu. W wypadku telewizji śniadaniowej, niejednokrotnie częściej niż w trakcie emisji odcinków serwisów informacyjnych, ich zaangażowanie jest szczególnie ważne zważając na dynamiczne zmiany scenerii oraz gości czy osób prowadzących dane segmenty. To wszystko wpływa także na czas przygotowania programu. Podczas gdy serwisy informacyjne skupiają się głównie na bieżących wiadomościach, w programach śniadaniowych ważny jest wcześniejszy wybór i redakcja prezentowanych tematów, przygotowanie różnych części studia oraz materiałów audiowizualnych, a także zaproszenie odpowiednich gości.

Goście zapraszani do studia to m.in. pisarze, aktorzy, piosenkarze, celebryci, czy też uczestnicy *talent show*³⁰⁵. Niekiedy są to również właściciele różnorodnych firm, jak i przedstawiciele służb mundurowych – strażacy, funkcjonariusze policji itp. Gośćmi mogą być eksperci w diskutowanym temacie, których zadaniem jest opisywanie i komentowanie rzeczywistości. Ekspertami to także osoby, które niejako uwiarygadniają prezentowany w programie temat, przez co widzowie mogą budować swego rodzaju zaufanie dla danej stacji. To z kolei podyktowane jest poradnikowym charakterem programów śniadaniowych³⁰⁶. Uczestnikiem telewizyjnego programu porannego może zatem stać się niemal każdy. Udział gości w programie zwiększa dla widzów także samą jego atrakcyjność. Co więcej, wszystkie te osoby dostają najczęściej takie zaproszenie z większym lub mniejszym wyprzedzeniem, co pozwala im na możliwość wcześniejszego przygotowania się do rozmowy, aby jeszcze bardziej zainteresować odbiorcę. Jedynym wyjątkiem od tej reguły mogą być wspomniane wcześniej osoby spotkane przez reporterów spontanicznie, np. na ulicach miast.

Wynika z tego, że głównym tematem telewizji porannej są przede wszystkim ludzie oraz dotyczące ich bezpośrednio zjawiska i problemy, nie zaś same wydarzenia, tak jak

³⁰⁴ Ibidem, s. 100.

³⁰⁵ *Talent show* – program rozrywkowy mający na celu wybranie zwycięzcy spośród uczestników prezentujących swoje talenty jury oraz widzom.

³⁰⁶ M. Sanakiewicz, op. cit., s. 48.

w wypadku typowej telewizji informacyjnej³⁰⁷. Co ważne, nie są to jedynie tematy z życia osób znanych. Telewizja śniadaniowa często stara się niemal reportażowo przedstawić historie „zwykłych” ludzi, które dzięki swojej autentyczności cieszą się popularnością wśród widzów. Pomimo że niejednokrotnie w magazynach porannych prezentuje się tematy polityczne, naukowe, społeczne czy ekonomiczne, to wiadomości te bazują na ludzkich opowieściach, co staje się także jednym z głównych wyznaczników tego gatunku³⁰⁸. To też jest elementem, który pozwala widzom na identyfikowanie się z występującymi w programie postaciami niezależnie od tego, czy są to osoby znane czy anonimowe³⁰⁹. Omawiane przez gości doświadczenia czy kłopoty są niejednokrotnie bliskie samym oglądającym program widzom. Dzięki wspomnianym aspektom zminimalizowany zostaje dystans zarówno pomiędzy samymi osobami w studiu, jak i gośćmi a odbiorcami programu.

Wszystko to wskazuje na typowe cechy opisanego przez Francesco Casettiego oraz Rogera Odina modelu neotelewizji³¹⁰. W przeciwieństwie do paleotelewizji, a więc modelu wcześniejszego, zakładającego pedagogiczną funkcję omawianego tu medium oraz jego koncentrację na hierarchii ról – z jednej strony tych osób, które posiadają daną wiedzę, a drugiej tych, którym jest ona przekazywana, neotelewizja nastawiona jest na włączanie medium do życia codziennego i otwieranie się na każdego widza. Tym, co jest najważniejsze w neotelewizji, której idealnym przykładem jest telewizja śniadaniowa, jest otwarta komunikacja, dzięki której niejako zburzony zostaje mur pomiędzy nadawcą a odbiorcą, a rodzi się kontakt, który może być przyczynkiem do powstania wspólnoty³¹¹. Mniej ważna wcześniej estetyka, a w tym także sama aranżacja studia – w wypadku programów porannych w stylu przypominającym pomieszczenia w domach widzów – w neotelewizji jest często spotykanym elementem, składającym się na wszechobecną w niej kulturę codzienności i familiarność.

Skoro tematami magazynów porannych są treści związane z życiem codziennym ich odbiorców, kierowany do nich przekaz powinien charakteryzować się językiem niezawiłym i skoncentrowanym na przekazie informacji w sposób zrozumiały dla

³⁰⁷ Ibidem, s. 17.

³⁰⁸ Ibidem.

³⁰⁹ M. Bogunia-Borowska, *Fenomen...*, op. cit., s. 100.

³¹⁰ Zob. F. Casetti, R. Odin, *Od paleo- do neo-telewizji. W perspektywie semiopragmatyki* [w:] *Teledyskursy. Telewizja w badaniach współczesnych*, red. R.C. Allen, Kielce 1998.

³¹¹ M. Bogunia-Borowska, *Fenomen...*, op. cit., s. 63.

każdego. Język używany w telewizji, a zatem także w programach śniadaniowych, jest systemem znaków, na który składają się zarówno wypowiedane czy pojawiające się na ekranie słowa, jak i obrazy czy mimika lub gesty. W magazynie porannym znakami tymi posługują się nie tylko prowadzący, ale także zaproszeni do studia goście. Nie tylko to jakich znaków używają, ale także w jaki sposób to robią, wpływa na odbierających przekaz widzów i może ich kształtować. Jak podkreśla Jerzy Bralczyk:

Telewizja wywiera wielki wpływ na sposób widzenia rzeczywistości przez jej odbiorców, na kształt percepcyjnego przez nich świata. Współtworzy dzięki temu kulturę – zarówno ogólną, narodową, jak też kulturę człowieka. W tym także – kulturę znakową. Można zatem sądzić, że telewizja daje duże, większe niż inne środki masowego komunikowania możliwości rządzenia umysłami i emocjami. Z punktu widzenia nadawcy ten zaprogramowany i zorganizowany kontakt może być realizowany właśnie na poziomie znaków telewizji, jej języka³¹².

Dodaje też:

Dla odbiorcy przekaz telewizyjny jest dwurodzajowy. Wyróżnia on w nim głównie informację i rozrywkę. Chce, aby telewizja o czymś go powiadamiała (przez transmisję, programy stricte informacyjne, publicystykę, filmy dokumentalne itp.) i by go bawiła (przez filmy fabularne, teatr telewizji, programy rozrywkowe)³¹³.

Przekaz prezentowany w telewizyjnych programach porannych łączy więc wszystkie wspomniane powyżej wyznaczniki. Używając różnorodnego systemu znaków, wyraźnie widocznego w audiowizualnym przekazie, telewizja śniadaniowa łączy informację i rozrywkę, wpływając na sposób widzenia świata przez odbiorców w codziennych sytuacjach. Co więcej, robi to cyklicznie (codziennie lub od poniedziałku do piątku), co wpływa na rytmizację ich życia, a przez to regularne zasięganie przez nich informacji z tego samego źródła³¹⁴.

W każdym z krajów w programach porannych podstawowe środki przekazywania treści, a więc słowo i obraz, mogą (jednak nie muszą) być wykorzystywane inaczej, co w

³¹² J. Bralczyk, *Język...*, op. cit., s. 22.

³¹³ Ibidem.

³¹⁴ P. Francuz, *Rozumienie przekazu telewizyjnego. Psychologiczne badania telewizyjnych programów informacyjnych*, Lublin 2002, s. 73.

rezultacie może wpływać na odmienne (lub podobne) poglądy czy zachowania całych społeczeństw. Ważnym dla specyfiki opisywanego tu gatunku jest zatem także sam kontekst kulturowy. Telewizja śniadaniowa wytwarza swego rodzaju wzory znaczeń kulturowych, które, zaadaptowane ze Stanów Zjednoczonych, odnajdują się obecnie z łatwością także m.in. na gruncie europejskim³¹⁵. Jak więc przekaz w formie zapożyczonej z jednej kultury może wpływać i wpływa na światopogląd odbiorców żyjących w drugiej? Z jednej strony mamy obecnie do czynienia z globalizacją, jednak z drugiej każdy chce i ma prawo wiedzieć kim jest. Jak podkreśla Marcin Sanakiewicz, choć same treści prezentowane w programach porannych dotyczą w dużej mierze tematów lokalnych, to jednak forma ich telewizyjnej prezentacji – najczęściej zapożyczona z amerykańskiego pierwowzoru – może sprawić, że bliska danym mieszkańcom wrażliwość czy sposób myślenia zaniknie lub zmieni się na rzecz modelu skonstruowanego przez odmienną kulturę³¹⁶. Forma dwóch flagowych magazynów śniadaniowych w Szwecji różni się między sobą. Sprawia to, że jeden bardziej przypomina swój amerykański pierwowzór niż drugi, o czym więcej w podrozdziale 3.4. W rezultacie, wzory znaczeń kulturowych zapożyczonych ze Stanów Zjednoczonych mogą odnajdywać głównie odbiorcy jednego z nich, co może wywierać wpływ na ich światopogląd.

Nie mniej istotną różnicą pomiędzy magazynem porannym a serwisami informacyjnymi jest także sama ich wizualna forma, na którą składa się kilka znaczących elementów. Po pierwsze, każdy odcinek programu śniadaniowego nagrywany jest w studiu podzielonym na różne części. Pomieszczenia te stylizowane są niejednokrotnie na przestrzenie codzienne, takie jak np. salon, kuchnia czy pokój biurowy, które dopełniają gazety, przekąski czy kubki porannej kawy. Ikonografia ta buduje poczucie ciepła i domowej atmosfery³¹⁷. Przestrzeń niejako odzwierciedla zatem sytuację odbiorcy, który podczas oglądania programu śniadaniowego – oryginalnie, a więc w czasie oglądania jego premiery w telewizji tradycyjnej – z założenia także siedzi na kanapie lub wykonuje poranne czynności w mieszkaniu³¹⁸. Mnogość tematyki nie przytłacza tym samym widza, który, po pierwsze, wybiera interesujące go fragmenty z wyraźnie oddzielonych od siebie

³¹⁵ M. Sanakiewicz, op. cit., s. 94.

³¹⁶ Ibidem.

³¹⁷ O. Dąbrowska-Cendrowska, *Poranny towarzysz...*, op. cit., s. 19.

³¹⁸ M. Jankowska-Bulla, *Telewizja śniadaniowa w Polsce i w Niemczech: Format – struktura – zawartość* [w:] „Zeszyty Prasoznawcze”, t. 57, nr 3 (219), Kraków 2014, s. 539.

części programu, po drugie, czuje się bezpiecznie ze względu na sprzyjające oglądaniu warunki – poranną porę korzystną względem przyswajania treści i porady bazujące na historiach prawdziwych ludzi, będących niejednokrotnie gośćmi danego odcinka³¹⁹. Inaczej wygląda to w wypadku serwisów informacyjnych, które nadawane są najczęściej z jednej wyznaczonej przestrzeni w formie tradycyjnego studia telewizyjnego. Wynika z tego, że typowe telewizyjne wiadomości mogą być odbierane jako program bardziej formalny, podczas gdy telewizja śniadaniowa mieści się w ramach tzw. „łżejszej publicystyki”. W odróżnieniu od wiadomości jest to więc program informacyjno-publicystyczny lub też tzw. „lifestylowy”, a więc prezentujący tematy związane z życiem codziennym danych jednostek lub grup. W wypadku programów śniadaniowych może skutkować to m.in. już wspomnianym szerszym wachlarzem omawianych tematów, a co za tym idzie najpewniej także większą liczbą widzów – zwłaszcza w wypadku telewizji porannej w internecie. Od tej reguły istnieją jedynie nieliczne wyjątki, co pokaże dalsza analiza dotycząca m.in. formy scenografii wykorzystywanej w ostatnich latach przez *Morgonstudion*.

3.4. NBC, SVT i TV4 i ich programy poranne – historia i funkcje

Do analizy przeprowadzonej w rozdziale IV wybrałam programy śniadaniowe emitowane w trzech stacjach telewizyjnych: amerykańskiej komercyjnej stacji NBC, szwedzkiej publicznej stacji SVT oraz szwedzkiej komercyjnej stacji TV4. Magazyny poranne emitowane w ich ramach to kolejno *The Today Show*, *Morgonstudion* oraz *Nyhetsmorgon*. W Stanach Zjednoczonych w stacji publicznej PBS program śniadaniowy nie jest produkowany.

The Today Show, obok dwóch innych komercyjnych programów porannych (*CBS Mornings* oraz *Good Morning America* stacji ABC), pełni funkcję jednego z głównych informacyjno-rozrywkowych programów towarzyszących Amerykanom na co dzień. Spośród wspomnianej amerykańskiej trójki, *Today* jest programem najstarszym, będąc jednocześnie pierwszym na świecie programem tego typu³²⁰. Od lat 50. XX wieku, a więc

³¹⁹ M. Sanakiewicz, op. cit., s. 100.

³²⁰ T. Hsu, A. Tsang, *The 'Today' Show: A Morning Pioneer Long Before Matt Lauer*, <https://www.nytimes.com/2017/11/29/business/media/today-show-history.html> [dostęp: 20.08.2021].

od czasów swojego powstania, poszerza grupę wiernych mu odbiorców, przez co (rywalizując o zasięgi oglądalności głównie z *Good Morning America*, w mniejszym stopniu z *CBS Mornings*) jest najdłużej i najczęściej oglądanym programem śniadaniowym w USA³²¹. Wśród jego odbiorców są zatem często także osoby, które na co dzień oglądają amerykańską telewizję publiczną. *The Today Show* konstruuje tym samym medialny obraz świata odbierany przez dużą część amerykańskiego społeczeństwa, na którego światopogląd wpływa na co dzień. Pomimo spadku oglądalności programu w telewizji tradycyjnej (dotyczy to w równym stopniu *Good Morning America* i *CBSMornings*), co związane jest ze wzmożonym korzystaniem odbiorców z nowych mediów, możliwość oglądania *Today* także w internecie sprawia, że program wciąż jest popularny wśród Amerykanów. Ze względu na wspomniane aspekty, wybór *Today* spośród wszystkich amerykańskich magazynów porannych jest najbardziej odpowiedni do analizy przeprowadzonej w niniejszej pracy.

Nyhetsmorgon i *Morgonstudion* to natomiast jedyne programy śniadaniowe emitowane w Szwecji. Realizowany przez komercyjną stację TV4 *Nyhetsmorgon*, przez pierwsze dwa lata znany jako *Gomorrön* (1992-1994), codziennie gromadzi przed telewizorami około 5 milionów osób³²². Widownia emitowanego przez stację publiczną *Morgonstudion* to zaś każdego dnia blisko 6 milionów odbiorców³²³. Są to bardzo duże liczby biorąc pod uwagę populację Szwecji, która wynosi około 10 milionów mieszkańców³²⁴. Badanie telewizji śniadaniowej w Szwecji zamyka się zatem w obrębie wspomnianych dwóch programów, przez co nie pozostawia innego pola wyboru.

Pomimo że publiczna stacja telewizyjna w USA nie stworzyła swojego programu śniadaniowego, nie oznacza to, że wybór do analizy także szwedzkiego programu telewizji publicznej nie tworzy zestawienia wartego uwagi dla badacza. Wręcz

³²¹ W 2022 roku *The Today Show* zajął pierwsze miejsce jako najczęściej oglądany program śniadaniowy w USA w grupie dorosłych odbiorców, tj. osób w przedziale wiekowym od 25 do 54 lat; Zob. B. Steinberg, 'Today' Outmaneuvers 'GMA' in Critical Viewership After Weeks of Ceding Ground, <https://variety.com/2022/tv/news/today-good-morning-america-ratings-advertising-1235310083/> [dostęp: 10.12.2022].

³²² *Det här är Nyhetsmorgon*, https://www.tv4.se/1.296934/2007/10/10/det_har_ar_nyhetsmorgon [dostęp: 15.08.2021].

³²³ L. Åström, T. Ek, "Morgonstudion" görs om – efter kritiken, <https://www.aftonbladet.se/nojesbladet/a/WLqxja/morgonstudion-gors-om--efter-kritiken> [dostęp: 18.08.2021].

³²⁴ W 2022 roku Szwecja liczyła 10 521 556 mieszkańców. Zob. *Sveriges befolkning*, <https://www.scb.se/hitta-statistik/sverige-i-siffror/manniskorna-i-sverige/sveriges-befolkning/> [dostęp: 31.12.2022].

przeciwnie, dzięki takiemu porównaniu pojawia się wiele elementów wartych bliższego przestudiowania. Szwedzki program *Morgonstudion* jest kontynuacją programu *Gomorrön Sverige*, który był jednym z pierwszych europejskich programów porannych i którego pierwowzorem oraz inspiracją przy tworzeniu był właśnie amerykański *Today*³²⁵. Warto więc przeanalizować jakie zmiany można zauważyć w obecnej wersji szwedzkiego programu śniadaniowego publicznej stacji zarówno w porównaniu do jego amerykańskiego pierwowzoru, jak i jego rodzimego komercyjnego odpowiednika. Różnice te są bowiem znaczące i jest ich więcej niż zauważalnych pomiędzy programami podobieństw. Co więcej, należy zbadać, jaką funkcję dla rodzimego społeczeństwa miały i mają pełnić wybrane do analizy programy. Czy *Today*, *Morgonstudion* oraz *Nyhetsmorgon* w swoich pierwotnych założeniach oraz obecnie pełnią równorzędnie funkcje informacyjną, rozrywkową i edukacyjną, czy też zmieniało się to na przestrzeni lat lub nigdy nie było podobne? Jak ważna jest funkcja edukacyjna nie tylko dla każdego z wybranych programów porannych, ale także samych ich państwowych lub prywatnych nadawców? Czy powstały w 2017 roku *Morgonstudion* tworzy swego rodzaju nową jakość programów porannych? Jakie elementy sprawiają, że program ten zdecydowanie odróżnia się od jego znanych odpowiedników? Czy wybrane i stosowane w nim praktyki mogą być wzorem do naśladowania dla innych programów tego typu? Wreszcie, czy wybrany przez *Morgonstudion* sposób przekazywania wartości widzom można uznać za wart naśladowania? Poniższe podrozdziały oraz wykonana w tej pracy analiza pozwolą na odszukanie odpowiedzi na powyższe pytania.

3.4.1. Amerykański system medialny a model państwa

Żaden system medialny nie powstaje w próżni, dlatego należy rozpatrywać go w odniesieniu do kultury politycznej państwa, z którego pochodzi. Nie jest to jednak jedyny element, który wpływa na to, jak działają media w danym kraju. Gospodarka, rozwój technologiczny czy łączone ze społeczeństwem i jego kulturą normy oraz wartości to kolejne ważne w tym wypadku czynniki. Poznanie specyfiki systemu medialnego wybranego państwa musi łączyć się zatem ze zgłębieniem każdego z powyższych.

³²⁵ *Gomorrön Sverige*, <https://www.imdb.com/title/tt5714246/> [dostęp: 20.08.2021].

Amerykański system medialny jest unikatowy i różni się od większości systemów europejskich³²⁶. Nazywany jest on modelem liberalnym i – wedle wytycznych dotyczących systemów medialnych na świecie, które opisali w swojej książce Daniel Hallin oraz Paolo Mancini – charakteryzuje się względnie wysokim rozwojem profesjonalizmu dziennikarskiego, przy jednoczesnym minimalnym stopniu interwencjonizmu i wpływu polityki państwowej na media³²⁷. Łączy się to m.in. z występującym w kraju wysokim procentem czytelnictwa prasy (jednakże większym w wypadku czasopism niż dzienników) oraz silnie zakorzenionym systemem liberalnej gospodarki.

Amerykańskie media publiczne są przeciwnie finansowaniu państwowemu, a więc federalnemu czy stanowemu, przez co utrzymują się głównie z dotacji sponsorów, a ich oferta jest dość ograniczona. Dotacje z państwa mogłyby bowiem wpływać na stroniczość systemu medialnego, czego ten, kierując się wolnością słowa, zapisaną w I Poprawce uchwalonej w 1791 roku Konstytucji USA, chce uniknąć³²⁸. Jednakże Poprawka ta, według Sądu Najwyższego, może być od 1919 roku poddawana pewnym ograniczeniom, jeśli wystąpi sytuacja związana z np. bezpośrednim zagrożeniem bezpieczeństwa państwa³²⁹. Media komercyjne finansowane są natomiast głównie z reklam, a sama oferta programowa ma charakter masowy. Wolność wypowiedzi i kontrola władzy (szczególnie wykonawczej) przez media uważana jest ze względu na amerykańską demokrację za kluczową, co widoczne jest zwłaszcza od lat 70. XX wieku, kiedy po medialnej aferze Watergate prezydent Richard Nixon ustąpił ze swojej funkcji. Wynik sprawy pokazał, że władza mediów, które pełnią funkcję informacyjną względem obywateli, może mieć i ma bezpośredni wpływ na życie państwa. Wszystko to spotęgowały powstałe w USA w latach 90. XX wieku 24-godzinne kanały informacyjne, które niedługo później można było oglądać także w internecie i być na bieżąco z wiadomościami z kraju i świata przez cały dzień. Jednakże, amerykańskie kanały *stricte* informacyjne niejednokrotnie formułują materiał tak, aby zawierał on przyciągający

³²⁶ T. Płudowski, *Media amerykańskie*, [w:] *Ameryka. Instytucje i społeczeństwo 1607-2017*, red. Z. Lewicki, Warszawa 2017, s. 297.

³²⁷ Zob. D. C. Hallin, P. Mancini, *Systemy medialne. Trzy modele mediów i polityki w ujęciu porównawczym*, Kraków 2007, s. 6.

³²⁸ *Konstytucja Stanów Zjednoczonych Ameryki – poprawki. Poprawka I*, <http://libr.sejm.gov.pl/tek01/txt/konst/usa-am1.html> [dostęp: 30.09.2021].

³²⁹ T. Płudowski, op. cit., s. 307-308.

uwagę (a przez to zwiększający liczbę widzów) konflikt bądź skandal obyczajowy. Ilustrującym to przykładem była chociażby szeroko komentowana sprawa prezydenta Billa Clintona oraz Moniki Lewinsky.

Wróćmy jednak do samej telewizji. Jej historia rozpoczyna się w Stanach Zjednoczonych w latach 40. XX wieku. Omówienie, nawet w formie skrótowej, charakterystyki obecnego systemu medialnego w USA, a w tym najważniejszej dla niniejszej pracy jego części – telewizji – należy rozpocząć od jego źródeł. Pierwszym medium znanym tak jak w innych krajach, jak i w Stanach Zjednoczonych, była prasa. To jej sukcesy przełożyły się w dużej mierze na obecną sytuację medialną. Historia prasy drukowanej zaczęła się w Bostonie w 1690 roku, kiedy wydano tam pierwszą – i poprzez brak koncesji istniejącą zaledwie jeden dzień – gazetę *Publick Occurrences Both Foreign and Domestick*. W pierwszej połowie kolejnego stulecia zaczęto publikować gazety takie jak *New England Courant*, *American Magazine* czy *General Magazine*, które ukazywały się regularnie i nie tylko zwiększyły z czasem poziom czytelnictwa w kraju, ale także podtrzymywały ducha rewolucji przez informowanie o ważnych wydarzeniach i zmianach w czasie walki o niepodległość³³⁰. Pomimo początkowej dużej wolności przyznanej prasie przez Amerykanów po uzyskaniu niepodległości, niedługo później straciła ona na jakości, czego wyrazem było nie tylko umasowienie, ale przede wszystkim propaganda oraz walki polityczne toczony w jej ramach w XVIII i XIX wieku³³¹. Jedną z gazet, która zapoczątkowała bardziej nowoczesny rodzaj publicystyki była wydawana od 1851 roku do dziś nowojorska gazeta *The New York Times*. Rodzaj ten nie stał się jednak w tamtym czasie w USA dominujący.

Jak podkreśla Tomasz Płudowski, za punkt zwrotny dalszego umasowienia rynku prasy można uznać czas rywalizacji Williama Randolpha Hearsta oraz Josepha Pulitzera, a więc dwóch potentatów, którzy poprzez chęć wzrostu zysków przez sensację oraz publikowanie zmyślonych treści, stali się ojcami typu gazety, który nazywamy dziś tabloidem³³². *The National Enquirer* to przykład tygodnika brukowego, który niezmiennie od blisko stu lat można uznać w USA za reprezentanta tego typu prasy.

XX wiek przyniósł nieco pozytywnych zmian za sprawą reklamodawców, którzy stali się źródłem dochodów prasy amerykańskiej. Mniej istotna stała się przez to rola

³³⁰ Ibidem, s. 298.

³³¹ Ibidem.

³³² Ibidem, s. 299.

indywidualnych sponsorów mogących wpływać na publikowane treści, a ważniejsze samo zdobycie czytelników, będących jednocześnie potencjalnym klientami, wśród klasy średniej. Oprócz wspomnianego już *The New York Times*, w tym czasie rozwinęły się też *The Wall Street Journal* oraz *The Washington Post*, które dzięki niezależnemu politycznie podejściu i rzetelnie redagowanym treściom swoich artykułów zdecydowanie podniosły jakość prasy. Sprawiało to, że po kilkudziesięciu latach redakcje te uznawane są za jedne z najbardziej szanowanych na świecie³³³.

Należy także zaznaczyć, że prasa amerykańska jest wysoce zdecentralizowana. Są tego oczywiste przyczyny, takie jak wielkość państwa i jego polityczny oraz administracyjny podział na stany. Periodyki, których tytuły zawierają nazwę miasta, najczęściej sugerują ich metropolitarną przynależność. Główną gazetą wydawaną niemal we wszystkich stanach, przez co też zawierającą w swoim tytule nazwę państwa, jest *USA Today*, która będąc niejako pośrodku (nie jest ona ani tabloidem, ani wyjątkowo rzetelnym dziennikiem) celów omawianych wcześniej tytułów, miała być w założeniu konkurencją dla telewizji. Śladami tego dziennika poszły też później chociażby *The New York Times* oraz *The Washington Post*, które ze względu na konkurencję wprowadziły wydania ogólnokrajowe, skupiające się nieco bardziej na polityce i wydarzeniach stołecznych oraz międzynarodowych³³⁴.

W XX wieku tradycja czytelnictwa prasy drukowanej zaczęła stopniowo ustępować kolejnemu medium – radiu. Różnica pomiędzy Stanami Zjednoczonymi a krajami europejskimi polegała jednak na tym, że w przeciwieństwie do tych drugich, USA od początku bazowały na systemie elektronicznych mediów prywatnych. W Europie o braku monopolu państwowego i prywatnych właścicielach radia i telewizji można mówić od lat 80. XX wieku. Jak pisze Tomasz Płudowski, przyczyną tego była umocniona już rola prasy, która w Europie w większości była do tego czasu narzędziem kontroli, a w USA przyczyniała się do uniezależnienia od opresji państwa brytyjskiego³³⁵. Z jednej strony, media w rękach prywatnych właścicieli skupiły się głównie na mało ambitnej rozrywce, jednak z drugiej, ich dużą zaletą był brak upolitycznienia.

Lata 20. XX wieku to czas świetności radia i moment, w którym powstały najważniejsze komercyjne sieci radiowe, w tym NBC. Podobnie jak inne prywatne sieci,

³³³ Ibidem.

³³⁴ Ibidem, s. 300.

³³⁵ Ibidem, s. 301.

składała się ona z kilkudziesięciu stacji mających własnych właścicieli. Każda z nich skupiała się w tamtym czasie głównie na muzyce, słuchowiskach i wiadomościach sportowych. Z czasem była to także satyra w formie komedii, która była niejako odskocznią od trudów, z którymi spotykali się mieszkańcy USA w czasach Wielkiego Kryzysu. Od początków powstania mediów w Stanach Zjednoczonych, celem wszystkich nadawców komercyjnych (a także publicznych, powstałych dopiero na przełomie lat 60. i 70. XX wieku) była więc głównie rozrywka, nie zaś szerzenie wartości edukacyjnych³³⁶.

Lata 40. XX wieku to natomiast narodziny telewizji. Stany Zjednoczone są pionierem w nadawaniu za pomocą tego medium, zatem jest to nie tylko początek jego historii państwowej, ale i ogólnoświatowej. Trzy największe stacje radiowe, w tym najważniejsza dla tej pracy NBC, rozszerzyły działalność o nowy, telewizyjny sposób nadawania. Krótco po swojej premierze, telewizja stała się głównym medium w życiu codziennym Amerykanów, obniżając poziom czytelnictwa prasy oraz tworząc i propagując wspólną, masową kulturę popularną dla każdego ze stanów. Podczas gdy w latach 90. XX wieku, a więc latach największej świetności telewizji, jej trzy największe kanały komercyjne zajmowały w USA blisko 90% rynku, w wypadku publicznej sieci PBS (pomimo rzetelnego dziennikarstwa i promowania kultury wysokiej) było to jedynie niespełna 3%³³⁷. Łączy się to także z wnioskiem dotyczącym tego jaki profil odbiorcy można było uznać wówczas za dominujący.

Początek nowego stulecia przyniósł jednak duże zmiany. Przyczyną tego były tzw. nowe media, które niejako zaadaptowały znane dotąd systemy przekazywania treści. Radio i telewizja znalazły swoje odpowiedniki w internecie i to ta ich forma stała się najpopularniejszą wśród odbiorców w przeciągu zaledwie kilku lat. Zmienił się zatem także sam system odbioru – ze wspólnego, stacjonarnego i określonego, jeśli chodzi o czas, na indywidualny, mobilny i dostępny o każdej porze w ciągu doby. Znane z drugiej połowy XX wieku scalające określone grupy (rodziny, przyjaciół, etc.) oglądanie telewizji, a więc wspólne doświadczenie medialne zmieniło się na jednostkowe, co powoduje zauważalną obecnie fragmentację odbiorców³³⁸. Nowe media wzmacniają także samą amerykańską gospodarkę, ponieważ w większości pochodzą i/lub należą do USA. Dzięki internetowi, serwisów takich jak Facebook, Instagram, Twitter, YouTube

³³⁶ Ibidem.

³³⁷ Ibidem, s. 302-303.

³³⁸ Ibidem, s. 303.

czy iTunes można używać na całym świecie, jednak są one amerykańskie. Amerykańskie media wpływają na inne kraje i kultury, które niejednokrotnie zafascynowane są wzorcem zza oceanu³³⁹. Oznacza to, że zasięg amerykańskich oddziaływań i wpływów dotyczących mediów można uznać za globalny.

XXI wiek to także czas rozpowszechnienia się tzw. *fake news*, czyli przekazywania fałszywych informacji, które niejednokrotnie poprzez prezentację ich w mediach w wiarygodny, czy może raczej oddziałujący na wielu widzów sposób, wpływają na uznanie ich przez odbiorców za prawdziwe. Fenomen ten pokazuje, jak ważne w czasie odbioru jest – podkreślane w wielu punktach w tej pracy – krytyczne myślenie.

3.4.1.2. Stacja NBC i program *Today*

Historia sieci NBC (*National Broadcasting Company*) sięga samych początków powstania telewizji na świecie. Powstała w 1926 roku pierwotnie radiowa nowojorska sieć, około dekadę później zaczęła emitować już pierwsze transmisje telewizyjne³⁴⁰. Początek XX wieku w Ameryce Północnej przyniósł nie tylko polityczny przewrót związany z I wojną światową, ale także zapoczątkował wzrost zainteresowania równouprawnieniem i emancypacją kobiet, jak również rozpoczął ruchy migracyjne ludności amerykańskiej do większych miast, co miało związek ze znacznym rozwojem urbanistyki³⁴¹. Dodatkowo, wzrosło też zainteresowanie, a z czasem i zapotrzebowanie na kulturę popularną, reklamę, filmy i sport. Kino oraz działalność związana z przemysłem rozrywkowym stawały się coraz ważniejsze, podobnie jak miało to miejsce w wypadku stacji telewizyjnych. Ich celem było zabawianie, informowanie i edukowanie amerykańskiego społeczeństwa³⁴². Znanie wcześniej radio było stopniowo wypierane przez nowe, audiowizualne medium, które do dźwięku dodając obraz stało się dla wielu bardziej atrakcyjne w odbiorze, przez co koncentrowało na sobie uwagę odbiorcy nieco dłużej. Telewizja, która stała się wówczas głównym środkiem masowego przekazu,

³³⁹ D. Miłoszewska, *Amerykański system medialny*, <https://repozytorium.amu.edu.pl/items/f81cad37-725e-45d5-add0-5ab9088ee0b9> [dostęp: 14.09.2021].

³⁴⁰ A. Jaskiernia, *Od telewizji masowej do Netfliksa. Telewizja w Stanach Zjednoczonych w epoce cyfrowej*, Warszawa 2016, s. 50.

³⁴¹ M. Hilmes, *NBC: America's Network*, Los Angeles 2007, s. 3.

³⁴² Ibidem.

trafiła na stałe do amerykańskich domów i zyskała zaufanie widzów, stając się częścią ich codziennego życia.

Po kilkunastu latach radiowego sukcesu stacja NBC w 1939 roku rozszerzyła działalność na sieć telewizyjną³⁴³. David Sarnoff, założyciel stacji, ogłosił wówczas narodziny telewizji jako nowej sztuki i nowego przemysłu, która – jak zaznaczył – będzie źródłem rozrywki oraz informacji dla milionów³⁴⁴. Sarnoff zainicjował wtedy także regularne programy emitowane w ramach nowojorskiej stacji. Na Wystawie Światowej w Nowym Jorku, na której wygłaszał dla NBC zawierającą te informacje przemowę, pojawił się także Franklin D. Roosevelt, który występując przed kamerą stał się pierwszym prezydentem Stanów Zjednoczonych widzianym w telewizji. Funkcje, jakie w oficjalnym założeniu zostały zatem podkreślone przez założyciela NBC to funkcja rozrywkowa oraz informacyjna. Funkcja edukacyjna nie została tu bezpośrednio zaanonsowana.

Założenie weszło w życie niemal od razu, ponieważ od początku lat 40. XX wieku w NBC można było już oglądać pierwsze filmy, programy rozrywkowe i informacyjne, reklamy oraz transmisje sportowe. W 1941 roku stacja NBC po otrzymaniu licencji komercyjnej, wyemitowała pierwszą płatną reklamę telewizyjną w Stanach Zjednoczonych promującą producenta zegarków, markę Bulova³⁴⁵. Komercyjne programy były kontynuowane aż do przystąpienia USA do II wojny światowej oraz rozbudowane jeszcze przed jej zakończeniem. Już w 1944 roku NBC zaczęło emitować regularne, cotygodniowe programy telewizyjne, z czego za jeden z pierwszych uznaje się rozrywkowo-dokumentalny *The Voice of Firestone Televues*, bazujący na wcześniejszym radiowym programie muzycznym o podobnym tytule. Powojenne lata przyniosły także jedną z pierwszych znanych osobowości wśród prowadzących NBC, Milтона Berle, który zasłynął dzięki swojemu rozrywkowemu programowi *Texaco Star Theatre*. Telewizja, która pierwotnie gościła jedynie w hotelach, barach lub innych miejscach publicznych w drugiej połowie lat 40. XX wieku trafiała do większej niż na początku dekady liczby amerykańskich domów, zyskując coraz większą liczbę odbiorców.

Lata 50. XX wieku to zdecydowanie czas najbardziej widocznego wzrostu popularności telewizji w amerykańskim społeczeństwie. Podczas gdy w pierwszych

³⁴³ Ibidem.

³⁴⁴ *NBCUniversal – Our History*, <https://www.nbcuniversal.com/history>, [dostęp: 15.09.2021].

³⁴⁵ Ibidem.

latach nowej dekady jedynie 9% Amerykanów było właścicielami i użytkownikami telewizji w swoich domach, pod koniec dziesięciolecia liczba ta wynosiła już 90%³⁴⁶. Czas ten to także kluczowy moment dla samej telewizji śniadaniowej. 14 stycznia 1952 roku na antenie NBC wyemitowano pierwszy odcinek programu porannego *The Today Show*, który stał się pierwszym tego typu programem na świecie. Wspomniany powyżej procent odbiorców telewizji w Stanach Zjednoczonych, świadczy też o ówczesnych możliwościach docierania programu do szerokiej liczby widzów. David Garroway wystąpił wówczas jako jego pierwszy prowadzący, zapowiadając widzom nowy gatunek telewizyjny, który w formie dwugodzinnego programu będą mogli oglądać niemal codziennie rano³⁴⁷. Pierwotnie nadawany od poniedziałku do piątku, na początku lat 90. XX wieku rozszerzył czas emisji na siedem dni w tygodniu, ostatecznie trwając cztery godziny dziennie. *Today* trafił na stałe do ramówki NBC, będąc nieprzerwanie emitowanym do dziś i stając się jednym z najdłużej nadawanych programów w historii telewizji. Ze względu na chronologię, wstępne informacje o *The Today Show* zostały zaznaczone w tym miejscu, jednak więcej informacji o samym programie na tle historii jego stacji zawieram pod koniec bieżącego podrozdziału, aby wyraźnie oddzielić część dotyczącą telewizji śniadaniowej.

Lata 50. XX wieku to również czas pierwszych cotygodniowych programów telewizyjnych emitowanych na żywo. Najczęściej były to programy niemal *stricte* rozrywkowe. Jednym z 90-minutowych programów tego typu był *Your Show of Shows*, za którego produkcję odpowiadał Sylvester „Pat” Weaver – jeden z kolejnych prezesów NBC. W tym czasie debiutował również *Dragnet*, pierwszy serial kryminalny, mający swój *remake* dekadę później. Krokiem milowym w latach 50. XX wieku stało się jednak dla NBC nadawanie w kolorze, rozpoczęte w 1953 roku, a więc blisko dziesięć lat przed wprowadzeniem tego ulepszenia przez inne stacje. W tym samym roku nadano pierwszy kolorowy film 3D – *It Came From Other Space*. Rok później na antenie NBC zadebiutował *The Tonight Show* oraz Steve Allen jako jego prowadzący. Był to pierwszy program tego typu, a więc w formie monologów gospodarza oraz jego wywiadów ze znanymi osobowościami. Podobnie jak *Today*, *The Tonight Show* jest programem, który zmieniając co kilka lat swoich prowadzących, zapewnia rozrywkę widzom

³⁴⁶ Ibidem.

³⁴⁷ Ibidem.

nieprzerwalnie od ponad sześciu dekad. W 1956 roku – w nawiązaniu do zmiany emisji z czarno-białej na tę w kolorze – na antenie NBC zadebiutowało także nowe logo stacji w formie wielokolorowego pawia, które, po przejściu licznych modyfikacji, do dziś jest jej symbolem. Pod koniec dekady, w 1959 roku, swoją premierę w NBC miała także *Bonanza*, będąca pierwszym telewizyjnym westernem emitowanym w kolorze, utrzymującym się na antenie kilkanaście kolejnych lat.

Lata 60. XX wieku to bardzo dynamiczny okres w historii USA, przez co w telewizji szczególnie ważna stała się nie tyle funkcja rozrywkowa, a głównie informacyjna. Czas ten to m.in. środek wojny w Wietnamie, która stała się pierwszą tak szeroko komentowaną wojną w mediach w historii. Dzięki przekazywanym m.in. w NBC wiadomościom, reportażom i materiałom z Wietnamu, miliony Amerykanów przeżywały jej etapy w czasie rzeczywistym. Rok 1960 w wypadku NBC kojarzony jest z kolei z debatą Kennedy vs. Nixon. Zapoczątkowała ona prezydenckie debaty telewizyjne osiągając oglądalność ponad 69 milionów widzów³⁴⁸. W 1963 roku NBC relacjonowało także 71-godzinny reportaż dotyczący zamachu na prezydenta J.F. Kennedy’ego oraz jego pogrzebu. Rok później jednym z najważniejszych wydarzeń emitowanych częściowo na żywo w NBC była zaś Olimpiada w Tokio. Dekadę kończy transmisja Finału o Mistrzostwo Świata w futbolu amerykańskim w 1969 roku, nazwanego wówczas po raz pierwszy finałem Super Bowl³⁴⁹.

Lata 70. XX wieku rozpoczęły się kolejnymi problemami w USA. Afera polityczna Watergate i rezygnacja ze stanowiska prezydenta Nixona to tylko pierwsze z nich. Wydarzenia te były na bieżąco relacjonowane w programach informacyjnych NBC. Jednakże, po obfitującej w negatywne zdarzenia poprzedniej dekadzie, lata 70. XX wieku przyniosły odbiorcom także wiele radości i śmiechu za sprawą programów takich jak komediowe *Rowan & Martin’s Laugh-In* i *The Flip Wilson Show* oraz rozrywkowy *Saturday Night Live*³⁵⁰. Każdy z nich utrzymał się na antenie NBC jeszcze przez wiele kolejnych lat, zyskując coraz to nowych widzów, a tym samym zwiększając oglądalność stacji.

W latach 80. XX wieku NBC słynęło z takich seriali jak *The Cosby Show* autorstwa komika Billa Cosby’ego, trwający 11 sezonów serial komediowy *Cheers*, czy emitowany

³⁴⁸ Ibidem.

³⁴⁹ Ibidem.

³⁵⁰ Ibidem.

przez sześć lat serial kryminalny *Miami Vice*. Głównym prezenterem *NBC Nightly News* staje się Tom Brokaw, który pełnił tę funkcję aż do 2004 roku i popularyzował ten program informacyjny jako jedną z flagowych produkcji stacji. W połowie omawianej tu dekady NBC wyemitowało także premierowo kilka niezwykle popularnych produkcji filmowych, takich jak chociażby *Pożegnanie z Afryką* oraz *Powrót do przyszłości*. Jednym z ważniejszych wydarzeń kończących dziesięciolecie była relacja z upadku muru berlińskiego Toma Brokawa dla NBC transmitującego wiadomości dla Amerykanów na żywo spod Bramy Branderburskiej³⁵¹.

Dekada lat 90. XX wieku przyniosła jeszcze większą popularność oraz dostępność telewizji w USA. NBC pomogła napędzić ten wzrost, uruchamiając i rozwijając jedną z największych znanych dotąd sieci kablowych, obejmującą zarówno wiadomości, jak i rozrywkę oraz wydarzenia sportowe³⁵². Ten czas to także zmiana prowadzącego *The Tonight Show*. Johnny'ego Carsona zastąpił wówczas Jay Leno, prowadzący program przez około 20 kolejnych lat. W 1993 roku miała miejsce także premiera filmu *Jurassic Park* w reżyserii Stevena Spielberga, który osiągnął później jeden z najbardziej spektakularnych sukcesów w historii kina. Rok później swoją premierę miał również serial *ER* (pol. *Ostry dyżur*), który stał się *blockbusterem*³⁵³, zyskując sławę i szeroką widownię również poza Stanami Zjednoczonymi na kolejne 15 lat. W 1994 roku NBC wyemitowała też pierwszy odcinek serialu *Friends* (pol. *Przyjaciele*), który odnosząc ogromny sukces doczekał się dziesięciu sezonów, a jego popularność trwa do dziś. Dodatkowo, oglądalność NBC wzrosła także podczas Letnich Igrzysk Olimpijskich, które stacja relacjonowała na żywo z Atlanty w 1996 roku.

Wraz z rozpoczęciem nowego stulecia pojawiło się wiele nieznanych dotąd możliwości związanych z coraz to nowszymi rozwiązaniami technologicznymi. Podobnie jak inne telewizje na świecie, NBC zaczęła odkrywać nowe sposoby docierania do odbiorcy i szybko wcielać je w życie. Głównym czynnikiem pozwalającym na zyskanie znaczącego wzrostu oglądalności w krótkim czasie było rozpowszechnienie dostępu do internetu. Dzięki sposobności oglądania części, a później także całości programów telewizyjnych na stronie internetowej stacji, odbiorcy mogli dopasować czas transmisji ulubionych programów informacyjnych oraz rozrywkowych do planu swojego dnia. Dało

³⁵¹ Ibidem.

³⁵² Ibidem.

³⁵³ *Blockbuster* – film lub inne dzieło, które odniosło spektakularny sukces i stało się przebojem.

to możliwość oglądania dowolnego programu w indywidualnie wybranym przez każdego czasie oraz miejscu, a także odtwarzanie go na dowolnym urządzeniu³⁵⁴. Początek XXI wieku to zatem moment narodzin opisanego wcześniej i wybranego do analizy w tej pracy medium – telewizji w internecie. Funkcja informacyjna oraz funkcja rozrywkowa zarówno dla nadawców, jak i odbiorców amerykańskiej stacji NBC są w tym czasie niemal tak samo ważne.

Już rok 2000 przyniósł stacji nowe rekordy oglądalności dzięki transmisji kolejnych Letnich Igrzysk Olimpijskich, tym razem odbywających się w Sydney. Dwa lata później, stacja emitowała także relacje z Zimowych Igrzysk Olimpijskich w Salt Lake City, które śledziło wówczas 187 milionów Amerykanów, ustanawiając kolejny z rekordów oglądalności w historii telewizji³⁵⁵. Zdając sobie sprawę z możliwości, jakie daje przekazywanie tego typu wydarzeń sportowych, NBC w 2003 roku za około 2,2 miliarda dolarów, wykupiła także prawa do transmisji olimpiad mających odbyć się w 2010 i 2012 roku. Innymi wydarzeniami sportowymi, dzięki transmisji których stacja zdobyła kolejnych widzów, były finały futbolu amerykańskiego ligi NFL, czyli Super Bowl w 2009 i 2012 roku. W tym samym czasie należące do NBC amerykańskie wytwórnie filmowe Focus Features oraz Universal zrealizowały także takie filmy jak *Pride & Prejudice* (pol. *Duma i uprzedzenie*), *King Kong* czy *Brokeback Mountain*, które stały się jednymi z najbardziej dochodowych filmów w historii³⁵⁶. XXI wiek przynosi także nowości w formie nowych stron internetowych NBC, takich jak chociażby CNBC.com, na której oprócz aktualnych informacji ze świata, można sprawdzać najnowsze notowania na giełdzie. Rok 2008 to zaś czas premiery programu *The Rachel Maddow Show*, który do dziś jest jednym z najbardziej popularnych programów informacyjnych prowadzonych w formie talk-show w USA.

Ostatnia dekada XXI wieku przyniosła kolejne sukcesy amerykańskiej stacji. Już w styczniu 2011 roku korporacja mediowa Comcast – największy operator kablowy i internetowy w Stanach Zjednoczonych – przejęła NBCUniversal³⁵⁷, dzięki czemu ilość oraz jakość inwestycji w podstawową działalność firmy wielokrotnie wzrosła. Pokazało

³⁵⁴ NBCUniversal – *Our History*, <https://www.nbcuniversal.com/history> [dostęp: 16.09.2021].

³⁵⁵ Ibidem.

³⁵⁶ Ibidem.

³⁵⁷ NBCUniversal – nazwa firmy mediowej powstałej przez połączenie sieci telewizyjnej NBC oraz grupy filmowej Universal Studios Entertainment w 2004 roku.

to również, że przedsiębiorstwo chce uczynić NBCUniversal liderem wśród firm z branży mediów i rozrywki na świecie, co wraz z upływem niedługiego czasu zrealizowano³⁵⁸. Jedną z pierwszych produkcji, która odniosła spektakularny sukces, był program *The Voice*, odnajdujący talenty wokalne wśród Amerykanów. Od 2011 roku program doczekał się 19 sezonów, jest emitowany do dziś, a także sprzedaje prawa do jego międzynarodowych wersji na całym świecie³⁵⁹. Od 2014 roku, także do chwili obecnej, rozrywkowy talk-show *The Tonight Show* prowadzi amerykański aktor i komik Jimmy Fallon, zbierając co roku coraz większą liczbę widzów zarówno przed ekranami telewizorów, jak i komputerów³⁶⁰. Niemal wszystkie odcinki programu, pogrupowane w tematyczne kilkuminutowe klipy, można obejrzeć w telewizji w internecie, a więc w formie fragmentów talk-show np. na stronie internetowej NBC lub oficjalnym kanale *The Tonight Show* na YouTube³⁶¹. Ta dekada to dla stacji także nabycie praw medialnych do kolejnych igrzysk olimpijskich 2014, 2016 i 2018 roku oraz podpisanie umowy do prawa transmisji kolejnych 12 olimpiad³⁶². Długotrwały kontrakt był rezultatem m.in. igrzysk w Londynie w 2012 roku, które osiągnęły największą oglądalność w historii transmitowanych wydarzeń sportowych w USA – na kanałach NBCUniversal oglądało je wówczas 219 milionów Amerykanów³⁶³. Ostatnie lata omawianej dekady to również współpraca amerykańskiej stacji z wytwórnią Warner Bros oraz studiem animacji DreamWorks Animation. Kolaboracja ta skutkuje pozyskaniem przez NBCUniversal praw do *blockbusterów* takich jak franczyzna *The Wizarding World* – filmy oparte na powieściach o Harrym Potterze autorstwa J.K. Rowling, czy też serie filmów animowanych jak m.in. *Shrek*. Każdy ze wspomnianych filmów, a także inne wchodzące w skład portfolio NBC, przynoszą sieci nowe fale popularności, a tym samym coraz większą liczbę odbiorców. Wiąże się to także z niezwykle rozpowszechnioną w omawianej dekadzie telewizją w internecie oferowaną przez stację, gdzie można obejrzeć nie tylko wybrane seriale czy filmy, ale także codziennie emitowane programy informacyjne oraz rozrywkowe.

³⁵⁸ NBCUniversal – *Our History*, <https://www.nbcuniversal.com/history> [dostęp: 17.09.2021].

³⁵⁹ Ibidem.

³⁶⁰ *Jimmy Fallon Kicks Off The Tonight Show*, <https://www.youtube.com/watch?v=-VFgiPXisu8>, [dostęp: 18.09.2021].

³⁶¹ *The Tonight Show Starring Jimmy Fallon*, <https://www.youtube.com/user/latenight>, [dostęp: 18.09.2021].

³⁶² NBCUniversal – *Our History*, <https://www.nbcuniversal.com/history>, [dostęp: 18.09.2021].

³⁶³ Ibidem.

Powróćmy zatem do *The Today Show* i jego rozwoju na tle omówionej powyżej historii stacji NBC. Warto zauważyć, że amerykański program śniadaniowy jako jeden z nielicznych jest kontynuowany nieprzerwanie od momentu jego powstania aż do dziś. W porównaniu do innych wspomnianych programów, utrzymujących się na antenie niejednokrotnie przez wiele lat, to *The Today Show* jest tym, który nieustannie cieszy się popularnością wśród widzów NBC, co niewątpliwie świadczy o jego sukcesie. Historia *Today* bezpośrednio łączy się z samą premierą tego gatunku, ponieważ emitowany przez stację program jest pierwszym przykładem telewizji śniadaniowej na świecie. Przecierając ścieżki nowego gatunku i sposobu prezentowania informacji, *The Today Show* na przestrzeni lat wielokrotnie stawał się wzorcem dla kolejnych programów tego typu, zarówno w Stanach Zjednoczonych, jak i innych częściach świata.

Pomysłodawcą programu *Today* był Sylvester Weaver, pełniący wówczas funkcję zastępcy szefa NBC. Rok później, po objęciu głównej funkcji w stacji, zaaprobował on także powstanie i premierę wieczornego odpowiednika programu – *The Tonight Show*. *Today* stał się odpowiedzią na potrzebę stworzenia programu zróżnicowanego pod względem formy jak i treści, a przez to trafiającego do jak najszerszej liczby widzów jednocześnie. Od początku łączył on w sobie wiele segmentów, takich jak chociażby część dotyczącą skrótowych informacji z kraju i świata, fragmenty relacjonujące wiadomości sportowe, a także muzykę w formie promowania najnowszych przebojów, jak i zapoznavania widzów z jej historią. Funkcja informacyjna oraz funkcja rozrywkowa od czasów pierwszej emisji były więc założeniem omawianego tu programu³⁶⁴. Parafrazując słowa pierwszego prowadzącego, Dave'a Garrowaya, celem połączenia tak różnorodnych, jednak jednocześnie aktualnych i istotnych informacji było stworzenie swego rodzaju kompendium najważniejszych wiadomości ze świata, przekazywanych widzom przed rozpoczęciem ich regularnego dnia. Informacje zaczerpnięte podczas oglądania programu miały ich po części przygotować do konfrontacji z codzienną, otaczającą ich rzeczywistością³⁶⁵.

The Today Show zadebiutował w NBC jako dwugodzinny program emitowany od poniedziałku do piątku, jednak z biegiem lat wydłużono zarówno czas, jak i częstotliwość jego transmisji. Pomimo, że początkowo nadawany był od 7:00 do 9:00 tylko w dni

³⁶⁴ W. Godzic, op. cit., s. 111.

³⁶⁵ *TODAY's First Broadcast: Jan. 14, 1952* | Archives | TODAY, https://www.youtube.com/watch?v=vY4_iv3UbGg [dostęp: 19.09.2021].

robocze, to od 1987 roku można było oglądać go również w soboty, a od roku 1992 dodatkowo także w niedziele. W 2000 roku emisję programu od poniedziałku do piątku wydłużono do trzech godzin, a w 2007 do czterech, czyli przedziału czasowego, który obowiązuje w wypadku jego ramówki do dziś. Warto także zaznaczyć, że ze względu na różne strefy czasowe w USA, w trakcie pierwszych lat emitowano program jedynie w dwóch z nich (wschodnio- oraz centralnoamerykańskiej), a od 1958 roku – stosując opóźnienie podczas nadawania – także w pięciu pozostałych. Zabieg ten był kluczowy, aby oglądalność programu mogła wzrastać oraz aby był on powszechnie dostępny w USA, jeszcze na długo przed erą telewizji w internecie. W planach jest także powstanie rozszerzonej zachodnioamerykańskiej edycji *Today* (ang. *West Coast edition*), tak aby więcej fragmentów programu emitowanych było w tej części kraju na żywo³⁶⁶. Obecnie w wypadku tzw. raportów specjalnych, nadawanych w programie w czasie rzeczywistym, prowadzący z zachodniego wybrzeża oraz pozostałych części kraju z innymi strefami czasowymi, przejmują rolę gospodarzy i relacjonują wydarzenia w czasie rzeczywistym. Takie rozwiązanie umożliwia nie tylko przekazywanie najnowszych wiadomości widzom, ale także podkreśla jeden z celów programu, którym jest aktualność prezentowanych informacji. Program w każdej strefie czasowej jest także dodatkowo uzupełniany o tzw. przerywniki w formie kilkuminutowych wiadomości lokalnych oraz lokalnej prognozy pogody, połączonej z krótkimi komunikatami drogowymi.

Forma, a w tym także sama scenografia *The Today Show*, stała się z czasem wzorem do naśladowania dla innych programów śniadaniowych. Co zatem wyróżnia formę tego programu i stanowi jej cechy charakterystyczne? Z uwagi na lżejszą publicystykę w porównaniu do chociażby wieczornych wiadomości, już od pierwszych odcinków, scenografia *The Today Show* zaprojektowana została jako mniej formalna. Studio programu zaaranżowane jest w formie pomieszczeń przypominających wnętrze standardowego mieszkania. Znajdziemy tu np. część wyglądającą jak salon, gdzie gospodarze przeprowadzają najczęściej rozmowy z gośćmi, czy też miejsce kojarzące się z domową kuchnią, wykorzystywane do zaprezentowania najnowszych przepisów kulinarnych. Wszystko po to, aby jak najlepiej dopasować oraz zaprezentować emitowany fragment odcinka, dodatkowo związany wówczas z jego scenograficznym

³⁶⁶ By TODAY, *Natalie Morales, West Coast anchor of TODAY*, <https://www.today.com/about/natalie-morales-today-west-coast-anchor-host-access-hollywood-t102939> [dostęp: 18.09.2021].

odpowiednikiem. Dzięki temu forma programu staje się nie tylko bardziej atrakcyjna wizualnie, przyciągając w rezultacie większą liczbę widzów, ale ze względu na swoją „codziennosc” także niejako zmniejsza ona dystans nadawca-odbiorca.

Kilkugodzinny program podzielony jest na poszczególne części, z których większość nadawana jest stacjonarnie ze studia. Jednakże, niektóre fragmenty wybranych odcinków transmitowane są także z innych miejsc. Scenografia zależy wtedy od tematyki oraz potrzeb danej realizacji. Zaaranżowane mogą zostać wówczas mini-sceny w formie studia na świeżym powietrzu lub prezentacja konkretnego tematu w miejscu mu odpowiadającym, tak jak przykładowo wywiad z muzykiem w sali koncertowej. Zdarza się także, że dziennikarze odwiedzają omawiane w programie miejsce, takie jak np. schronisko dla zwierząt. Zarówno w wypadku części prowadzonych w studiu, jak i poza nim, często wykorzystywany jest także *greenscreen*, umożliwiający dopasowanie wybranego komputerowo tła w danej lokalizacji tak, aby pasowało ono tematycznie do konkretnego segmentu programu. Wybieranie przez *Today* takiej formy ma nie tylko zwrócić uwagę oraz zainteresować odbiorcę, ale także nieco bardziej przybliżyć widzom omawiany temat.

Od 2013 roku, program dodatkowo dostępny jest także w formie aplikacji na smartfony oraz tablety, dzięki czemu umożliwia jeszcze sprawniejsze i szybsze wybieranie interesujących odbiorcę tematów, zawartych w publikowanych tam fragmentach odcinków³⁶⁷. Obecnie *The Today Show* jest jednym z najczęściej oglądanych programów śniadaniowych w USA. Codziennie w telewizji tradycyjnej oraz telewizji w internecie ogląda go w USA najwięcej widzów w przedziale wiekowym 24-54 lata, uchodzącym za tzw. *key demo*, czyli najbardziej kluczowy przedział w statystykach odbioru³⁶⁸. Dominacja *The Today Show* jako programu porannego pozostawała w USA niezagrożona aż do lat 80., kiedy konkurencyjna stacja ABC zaczęła emitować swój odpowiednik pod nazwą *Good Morning America*. W Stanach Zjednoczonych istnieje jeszcze kilka programów śniadaniowych emitowanych w komercyjnych stacjach, takich jak chociażby wspomniany już *CBS This Morning*, jednak zważając na coroczne statystyki³⁶⁹, *The Today Show* nadal cieszy się bardzo dużym zaufaniem i popularnością wśród Amerykanów.

³⁶⁷ *TODAY Mobile App*, <https://apps.today.com/mobile/> [dostęp: 20.09.2021].

³⁶⁸ *KEY DEMO*, <https://press.nbcnews.com> [dostęp: 20.09.2021].

³⁶⁹ *TODAY IS #1 IN KEY DEMO*, <https://press.nbcnews.com> [dostęp: 20.09.2021].

W niniejszej pracy badanie odcinków amerykańskiej telewizji porannej zawężam jedynie do komercyjnej stacji NBC, nie konfrontując ich z odpowiednikami w telewizji publicznej, tak jak wykonuję to w wypadku telewizji w Szwecji. Powodem tego jest wspomniany już fakt, iż publiczna amerykańska stacja, którą jest PBS, nie produkuje programu tego rodzaju. Można zakładać, że byłby on dla niej zbyt trywialny, jako że PBS skupia się na poważnych programach dyskusyjno-dokumentalnych, takich jak np. *Washington Week*, *Wide Angle*, czy *Frontline*. Dodatkowo, przyczyna braku programu może także łączyć się ze statystykami oglądalności stacji, która w porównaniu do NBC i jej stałej publiczności, nie jest zbyt duża³⁷⁰. Tym samym PBS, najpewniej świadomie, konsekwentnie nie wprowadza programu porannego do swojej codziennej ramówki. *The Today Show* jest więc zarówno pionierem w swoim gatunku, jak i głównym programem o profilu informacyjno-rozrywkowym ukazującym medialny obraz Stanów Zjednoczonych widziany z wielu codziennych perspektyw.

3.4.2. Szwedzki system medialny a model państwa

W odróżnieniu od historii telewizji w Stanach Zjednoczonych, będących pionierem nadawania programów na świecie, historia telewizji szwedzkiej zaczyna się dopiero w latach 50. XX wieku. Relatywne określenie „dopiero” dotyczy w tym wypadku jedynie porównania Szwecji z Ameryką Północną, bowiem na tle państw europejskich opisywana tu sieć telewizyjna rozpoczęła swoje transmisje jako jedna z pierwszych. Wiązało się to nie tyle z szybszym rozwojem technologicznym w Skandynawii niż innych krajach, ale przede wszystkim z (pozwalającą na ten dynamiczny rozwój) ówczesną sytuacją polityczną. Aspektu tego nie można tutaj pominąć zważając na to, że najczęściej odgrywa on ważną rolę w przebiegu kształtowania się mediów w danym państwie. Ze względu na niemal całkowitą neutralność Szwecji podczas drugiej wojny światowej, postęp ekonomiczny w latach 50. XX wieku był w tym kraju dużo bardziej zaawansowany niż w dotkniętych wojną krajach europejskich, co dało stabilną bazę dla rozwoju mediów³⁷¹.

³⁷⁰ *State of Play Report*, <https://www.nielsen.com/insights> [dostęp: 20.09.2021].

³⁷¹ W. Metlenga, *Konstruktionen av välfärdsstaten i svenska medier – en jämförande analys av kommersiell och public service morgon-tv*, praca magisterska, Uniwersytet Gdański, Gdańsk 2018, s. 35.

Ze względu na to, że system polityczny czy socjoekonomiczny wiąże się przede wszystkim z mediami publicznymi w danym kraju, poniższe rozważania dotyczą głównie publicznej stacji SVT. Wybrana do analizy druga stacja telewizyjna – komercyjna TV4 – powstała niemal cztery dekady później i ze względu na prywatnych właścicieli nie musi ona łączyć się lub podlegać niemal w żaden sposób systemowi instytucji państwowych w Szwecji, tak też siłą rzeczy opisane tu założenia dotyczą jej w mniejszym stopniu. Nie oznacza to jednak, że stacja ta – ze względu na to, że tworzą ją kierujący się skandynawskimi wartościami Szwedzi – nie próbuje adaptować niektórych z poniższych założeń. Na ile to czyni, i czy to podobieństwa czy może różnice są bardziej widoczne na tle studium porównawczego obu wybranych do badań stacji, pokaże podrozdział 3.4.2.2. Poszukiwanie i łączenie zależności pomiędzy panującym systemem oraz kulturą polityczną³⁷² a kształtem systemu medialnego w danym państwie jest bardzo istotne i nie jest niczym nowym³⁷³. Nawiązania takie można odnaleźć nie tylko w licznych publikacjach naukowych początku XXI wieku, ale także już tych z lat 50. ubiegłego stulecia³⁷⁴. Nowsze rozważania skłaniają się ku refleksji, która mówi o tym, że to nie tylko system polityczny wpływa na system medialny, ale nieraz dzieje się też tak, że to system medialny niejako odzwierciedla różnorodne aspekty struktur społecznych oraz – co ważne zwłaszcza w kontekście tej pracy – oddziałuje na nie³⁷⁵. Media są bowiem m.in. czynnikiem rozwoju kultury politycznej opartej na demokracji i kulturze obywatelskiej³⁷⁶. W każdym państwie istnieje zatem system medialny, w tym także (najczęściej bardzo rozbudowany) system telewizyjny, który sam w sobie jest instytucją społeczną, wywierającą wpływ nie tylko na świadomość, a w konsekwencji zachowanie większości społeczeństwa, ale także na obowiązujący w kraju system polityczny³⁷⁷. Inne

³⁷² Kultura polityczna to termin użyty po raz pierwszy w połowie XX wieku przez Gabriela Almonda, który oznacza osadzenie danego systemu politycznego w szczegółowo stworzonym wzorcu, który ukierunkowuje działanie polityczne. Jest ona według badacza centralną cechą stabilnej demokracji i stanowi złożony ogół wartości oraz postaw, dzięki którym zachowana zostaje równowaga pomiędzy kulturą władzy a obywatelami. Zob. G. Almond, *Comparative Political Systems*, [w:] „The Journal of Politics”, vol. 18, nr 3, Chicago 1956, s. 396; Zob. G. Almond, S. Verba, *The Civic Culture: Political Attitudes and Democracy in Five Nations*, London 1989, s. 32; Zob. M. Chacińska, *W służbie ludu i inżynierii społecznej. Media publiczne w Danii, Norwegii i Szwecji w perspektywie historycznej i kulturowej*, Gdańsk 2018, s. 52-53.

³⁷³ M. Chacińska, op. cit., s. 52.

³⁷⁴ Zob. F. S. Siebert, T. Peterson, W. Schramm, *Four Theories of the Press. The Authoritarian, Libertarian, Social Responsibility, and Soviet Communist Concepts of What the Press Should Be and Do*, Urbana and Chicago 1956; Zob. D. Hallin, P. Mancini, op. cit.

³⁷⁵ M. Chacińska, op. cit., s. 52.

³⁷⁶ J. Braun, *Telewizja publiczna w czasach transformacji*, Warszawa 2008, s. 200.

³⁷⁷ M. Mrozowski, *Funkcje...*, op. cit., s. 43.

teorie mówią z kolei o tym, że to kultura, w której obręb wchodzi także media, wywiera wpływ na politykę i demokrację, a jeszcze inni, że kultura narodowa, a w niej i polityczna różni się nie tylko w zależności od kraju, ale też w nim samym zmienia się pokoleniowo przez co wciąż zyskuje nowe znaczenia³⁷⁸.

W jednej z komentujących i rozwijających powyższe rozważaniach publikacji, nordyccy badacze, zauważając odmiennosc swojego regionu od innych na świecie, podkreślili, że systemy medialne w ich krajach działają podobnie do samego obowiązującego w Skandynawii modelu państwowego nazwanego „opiekuńczym”, który został wprowadzony tam kilka dekad temu i od tamtego czasu dynamicznie się rozwija³⁷⁹. Badając ten model trzeba wziąć pod uwagę wiele czynników łączonych zarówno z samą polityką, jak i m.in. historią, ekonomią, kulturą, edukacją, a także religią, normami czy wartościami wyznawanymi przez społeczeństwo. Ze względu na zawężony temat niniejszej pracy zostaną one w tym miejscu jedynie zaznaczone, nie zaś dogłębnie opisane. Są one jednak nie tylko ciekawe, ale i niezbędne do przestudiowania przy interdyscyplinarnym podejściu i spojrzeniu wykorzystywanym w badaniach nad wybranym tematem. Warto zatem odesłać do części publikacji pozwalających zgłębić, a przez to dokładniej zrozumieć, omawiane tu zależności³⁸⁰.

Wspomniany państwowy model „opiekuńczy” działa w Skandynawii od niemal wieku i charakteryzuje się strategią zarówno zabezpieczenia obywateli danego kraju przed mogącym wystąpić kryzysem gospodarczym, utratą przez nich pracy lub zdrowia, jak i ich ochroną w postaci powszechnie dostępnego i wciąż rozwijającego swoje możliwości systemu pomocy socjalnej, w tym m.in. opieki i dotacji na dziecko, służby zdrowia oraz ubezpieczeń zdrowotnych, czy też bezpłatnej edukacji³⁸¹. Skandynawię cechuje egalitaryzm, tak też każdy z wymienionych aspektów dotyczy wszystkich obywateli bez względu na warstwę społeczną. Opisany tu model charakteryzuje

³⁷⁸ M. Chacińska, op. cit., s. 54.

³⁷⁹ Zob. T. Syvertsen, G. Enli, O. J. Mjøs, H. Moe, *The New Media World: The Media Welfare State: Nordic Media in the Digital Age*, Michigan 2014; Zob. G. Esping-Andersen, *The Three Worlds of Welfare Capitalism*, New Jersey 1990.

³⁸⁰ Zob. G. Esping-Andersen, op. cit.; Zob. M. Hilson, *The Nordic Model: Scandinavia since 1945*, London 2008.

³⁸¹ M. Hilson, op. cit., s. 90-91.

wszystkie państwa skandynawskie, co przekłada się także na podobieństwa zauważalne w ramach ich kultur medialnych³⁸².

Trine Syvestern, Gunn Enli, Ole J. Mjøs oraz Hallvard Moe, w swojej publikacji zatytułowanej *New Media World: Media Welfare State. Nordic Media in the Digital Age*, podkreślają, że nordycki system komunikacji i mediów jest na tyle nietypowy oraz szczególny, że należy przypisać go do osobnej, innej niż znane dotąd, kategorii³⁸³. Autorzy ci nazywają kraje nordyckie „medialnymi państwami dobrobytu”, co nawiązuje do omawianego wcześniej modelu państwa opiekuńczego (model ten nazywany jest także modelem nordyckim lub nordyckim modelem państwa dobrobytu). Dzieje się tak ze względu na widoczne tu podobne założenia pomiędzy funkcjonowaniem nordyckich mediów a tamtejszych socjoekonomicznych oraz politycznych instytucji. Badacze wskazują na kluczową w trakcie powstawania modelu nordyckiego rolę mediów oraz systemu komunikacji. To bowiem właśnie dzięki prasie partyjnej oraz mediom publicznym ruch socjaldemokratyczny mógł osiągnąć zamierzony przez siebie cel, którym było utworzenie państwa o charakterze „opiekuńczym”³⁸⁴. Media i komunikacja są ważne w wypadku państwa opiekuńczego, ponieważ znana z tego modelu legitymizacja władzy wymaga odpowiedniego przekazu medialnego, aby rozpowszechnić wśród obywateli informację o wysokich podatkach gwarantujących m.in. dobrą edukację, zaplecze socjalne, czy służbę zdrowia oraz ostatecznie przekonać ich do nich.

Media krajów skandynawskich charakteryzują cztery związane z powyższym cechy. Po pierwsze, każde z omawianych państw wyróżniają istnienie usług, które są powszechnie dostępne dla wszystkich obywateli. Jest to zatem dostępny nie dla elit, a dla

³⁸² Należy wyraźnie podkreślić, że kraje skandynawskie, choć na wielu płaszczyznach podobne, nie są monolitem kulturowym. Posiadają one jednak wspólną kulturę polityczną oraz wiele wzajemnie tożsamy wartości wyznawanych przez ich obywateli. To wszystko wpływa na podobnie prowadzoną politykę wewnętrzną, a w tym także politykę medialną każdego ze skandynawskich państw. Według rankingu Forbes dotyczącego najszcześniejszych państw świata, miarą dobrobytu Szwecji, Norwegii oraz Danii, przejawiającego się w zadowoleniu ich mieszkańców, jest silne społeczeństwo obywatelskie, stabilność instytucji politycznych, solidarność społeczna, egalitaryzm, równouprawnienie, wolność słowa, będąca na wysokim poziomie edukacja oraz służba zdrowia, a także poczucie bezpieczeństwa i spokoju. (Forbes: <https://www.forbes.com/sites/christopherhelman/2013/01/09/the-worlds-happiest-and-saddest-countries-2/?sh=79f84df34a8c> [dostęp: 25.09.2021]; Zob. Ranking 2022: *Ranked: The 20 Happiest Countries In The World In 2022*, <https://www.forbes.com/sites/laurabegleybloom/2022/03/18/ranked-the-20-happiest-countries-in-the-world-in-2022/?sh=1a55d36> [dostęp: 20.10.2022].

³⁸³ T. Syvertsen, G. Enli et al., op.cit., s. 2.

³⁸⁴ M. Chacińska, op. cit., s. 207.

wszystkich system komunikacji (radio, TV). Po drugie, media posiadają wolność redakcyjną, która łączona jest ze znaną w krajach nordyckich od wieków wolnością słowa, dla której poszanowanie miały i mają rządy, niezależnie od tego, jaka partia je tworzy. Po trzecie, rządy państw nordyckich prowadzą szczególną politykę kulturalną, która charakteryzuje się ograniczaniem kultury masowej oraz kształtowaniem mediów publicznych pod kątem edukacyjności. Po czwarte zaś, państwa nordyckie i ich media wyróżnia tendencja do wyboru trwałych i konsensualnych rozwiązań, które są poprzedzone konsultacjami społecznymi zarówno z podmiotami publicznymi jak i prywatnymi, co wiąże się zarówno z gotowością do negocjacji, jak i kompromisu³⁸⁵. Podobieństwo kultury medialnej do modelu państwa opiekuńczego polega zatem na podobnych zasadach funkcjonowania nordyckich systemów medialnych i tamtejszych instytucji socjoekonomicznych i politycznych³⁸⁶.

W swojej książce dotyczącej systemów medialnych USA, Kanady i Europy Zachodniej Daniel Hallin oraz Paolo Mancini wyróżnili natomiast trzy modele medialne. Pierwszy nazwano modelem liberalnym, który autorzy łączą głównie ze Stanami Zjednoczonymi (była o nim mowa w podrozdziale dotyczącym mediów USA), drugi to model spolaryzowanego pluralizmu reprezentowany przez np. Włochy lub Grecję, trzeci zaś nazwano modelem demokratycznego korporacjonizmu, do którego zaliczyli część krajów nordyckich, w tym Szwecję. Autorzy piszą o kilku wyznacznikach, które – w zależności od stopnia posiadania danych kryteriów – wyznaczają model, z którym łączy się dany kraj i jego kulturę medialną. Wyznaczniki te to:

- „rozwój rynków medialnych ze szczególnym naciskiem na słaby lub wysoki rozwój prasy masowej;
- paralelizm polityczny, czyli stopień, w jakim dany system medialny odzwierciedla główne podziały polityczne w społeczeństwie;
- rozwój profesjonalizmu dziennikarskiego;
- stopień i charakter interwencji państwa w system medialny”³⁸⁷.

³⁸⁵ T. Syvertsen, G. Enli et al., op.cit., s. 2

³⁸⁶ M. Chacińska, op. cit., s. 207.

³⁸⁷ D. Hallin, P. Mancini, op. cit., s. 6.

Rozwój prasy masowej jest tutaj szczególnie ważny, ponieważ to on miał w konsekwencji wpływ na trzy pozostałe kryteria, czyli zarówno paralelizm polityczny, profesjonalizm dziennikarski oraz stosunek państwa do mediów³⁸⁸. Jego przebadanie ukazuje najbardziej znamienne różnice pomiędzy trzema opisanymi modelami. W modelu demokratycznego korporacjonizmu (np. Szwecja, Dania, Norwegia) można zaobserwować bardzo wczesny w porównaniu z innymi modelami (zwłaszcza modelem spolaryzowanego pluralizmu) rozwój wolności prasy oraz samego jej przemysłu. Ze względu na egalitaryzm oraz wynik reformacji, jakim był m.in. rozwój piśmienności, podyktowany chociażby wymogiem samodzielnego czytania Biblii, niemal od razu mogły z niej korzystać wszystkie warstwy społeczne. Przeciwnie w modelu spolaryzowanego pluralizmu, gdzie na rozwój prasy masowej dostępnej nie wyłącznie dla elit, a powszechnie, trzeba było poczekać dużo dłużej (np. Hiszpania, Grecja, Portugalia, Włochy). Model liberalny (np. USA, Anglia) plasuje się pomiędzy wspomnianymi dwoma – czytelnictwo prasy jest tam niższe niż w modelu demokratycznego korporacjonizmu, jednak wyższe niż w modelu spolaryzowanego pluralizmu.

Waga funkcji edukacyjnej w szwedzkich mediach wyrosła z wielowiekowej tradycji związanej z rozwojem piśmienności. W narodach skandynawskich, w tym w Szwecji, liczba obywateli piśmiennych, czytających prasę na co dzień, już w XIX wieku była dużo większa niż w innych krajach³⁸⁹. Mieszkańcy ci byli przez to podatni na tworzenie tzw. „wspólnoty wyobrażonej”, która charakteryzowała się wartościami i cechami kształtowanymi przez prasę³⁹⁰. Tę z kolei cechowało rzetelne podejście do przekazywanych informacji oraz promowanie równości, zorientowania na edukację i pracę oraz wolności – w tym także wolności słowa. To natomiast, co jest szczególnie

³⁸⁸ M. Chacińska, op. cit., s. 192.

³⁸⁹ Według statystyk dotyczących piśmienności w Europie, podawanych przez Egila Johanssona, w narodach nordyckich w XIX wieku ponad 80% mieszkańców wykazywało się piśmiennością, podczas gdy, dla porównania, we Francji było to 50%, w Polsce ok. 20-30%, a w Portugalii jedynie 10-20%. Zob. E. Johansson, *The History of Literacy in Sweden. In comparison with some other countries*, [w:] *Understanding Literacy in its Historical Contexts: Sociocultural History and the Legacy of Egil Johansson*, red. H. J. Graff, A. Mackinnon, Lund 2009, s. 71; Zob. M. Chacińska, op. cit., s. 194; Zob. M. Chacińska, *Czytelnictwo i jego promocja w krajach skandynawskich na przykładzie Szwecji*, [w:] *Czytelnictwo w dobie informacji cyfrowej: rozwój, bariery, technologie*, red. M. Wojciechowska, Warszawa 2015, s. 57; Zob. U. Østergård, *Peasants and Danes: The Danish National Identity and Political Culture*, [w:] *Comparative Studies in Society and History*, nr 34 (1), Cambridge 1992, s. 71.

³⁹⁰ M. Chacińska, *W służbie ludu...*, op. cit., s. 195.

ważne w kontekście niniejszej pracy, tworzyło zgodny z tymi wartościami medialny obraz świata w prasie, który później przejęło i rozwinęło kolejne medium – telewizja.

Przed telewizją, medium, które od początku działalności było w Szwecji powiązane z funkcją edukacyjną było radio. Jeszcze w połowie XX wieku rozrywkę pojmowało ono niemal jako swego rodzaju nakaz i powinność jaką powstające dopiero państwo opiekuńcze miało wobec swoich obywateli. Ci bowiem, włączając je po wielu godzinach w pracy, mogli odpocząć słuchając audycji muzycznych lub tych nastawionych na satyrę³⁹¹. Wszystko to znane było także ze Stanów Zjednoczonych, zwłaszcza w czasie Wielkiego Kryzysu, od którego chwilową „przerwą” było słuchanie audycji o wspomnianym typie. Co ważne, wymogi misji mediów publicznych w Szwecji, podobnie jak w innych skandynawskich państwach, zobowiązywały do edukacji ich odbiorców, do czego została dodana rozrywka głównie ze względu na wyniki ankiet przeprowadzanych wśród społeczeństwa, które wskazały na jej potrzebę³⁹². Jak podkreśla Maja Chacińska, skandynawskie podejście do profilu mediów dobrze ilustruje komentarz Pera-Martina Hamberga, pełniącego funkcję dyrektora działu rozrywki w radiu szwedzkim, który stwierdził, że oferta radia to połączenie współgrających ze sobą kultury i edukacji, przez co rozrywka może być traktowana jak przerwa pomiędzy lekcjami w szkole³⁹³. Od lat 60., a więc od czasów, kiedy to telewizja (w dużej mierze wypierająca radio) stała się głównym medium w Szwecji, jej nadawcy zaadaptowali wspomnianą tu strategię także do swojego medium.

Z czasem kierownictwo mediów publicznych w Norwegii, co później zaadaptowała także Szwecja, uznało, że telewizja nie może prowadzić na tyle ambitnego profilu, aby wymagać od niemal wszystkich jej odbiorców wiedzy akademickiej lub fachowej, czego konsekwencją było większe, jednak nigdy nie skierowane w dominującej części na rozrywkę, nastawienie na *infotainment*. Skandynawskie organizacje medialne broniły się przed automatyczną rozrywką np. w formie teleturniejów. Jednakże, kiedy już takowy powstał zarówno w Szwecji, w Danii, jak i w Norwegii, argumentem za jego emisją było to, że program tego typu może wносить dla przeciętnego odbiorcy wartości edukacyjne w różnorodnych dziedzinach. W Szwecji program taki prowadził Nils Erik Bærendtz,

³⁹¹ Ibidem, s. 169.

³⁹² Ibidem, s. 171.

³⁹³ Ibidem, s. 171-172.

szwedzki historyk literatury, docent związany z Uniwersytetem Sztokholmskim³⁹⁴. Wszystko po to, aby podkreślić w założeniu akademicki charakter programu związany z funkcją edukacyjną telewizji w Szwecji.

Warto także zaznaczyć, że kiedy Storting³⁹⁵ pracował nad programowymi wytycznymi NRK³⁹⁶, wśród osób decyzyjnych popularne było hasło „nie chcemy telewizji amerykańskiej”, co miało wskazywać na dezaprobatę w stosunku do emitowania rozrywki w nadmiarze³⁹⁷. Podejście to ukazuje, jak bardzo telewizja szwedzka (choć w porównaniu z prasą czy radiem i tak uważana za medium dostarczające większej ilości rozrywki) chciała stworzyć oraz prowadzić już w założeniu inny od amerykańskiego model ramówki dla swojego społeczeństwa. W telewizjach skandynawskich, w tym w szwedzkiej, już od lat 60. XX wieku przeważały nie programy rozrywkowe, a informacyjne i edukacyjne lub te o tematyce kulturalnej³⁹⁸. Celem takiej ramówki miało być stymulowanie odbiorców do wykonywania wysiłku intelektualnego i oglądania przez nich większej ilości wartościowych programów.

Źródła wpływu na obecny kształt mediów należy jednak szukać już w czasach reformacji. Jej wynikiem było bowiem połączenie etosu pracy, uczciwości społecznej, przejawiającą się w ich życiu na wielu płaszczyznach, a także rozwoju języka. Pomimo że dzisiaj społeczeństwa krajów skandynawskich są w większości świeckie, w czasach reformacji każde z nich kształtowało się pod wpływami protestanckimi, które w odłamie luteranckim wywarły wpływ także na kulturę polityczną. Przejawiało się to chociażby w formie demokratyzacji (również tej kościelnej w przeciwieństwie do silnej i wyraźnej hierarchii w krajach katolickich) oraz wzrostu piśmienności³⁹⁹. Skutki tych działań widoczne są obecnie w nastawieniu oraz obywatelskim podejściu Szwedów do relatywnie szybkiego, silnego i efektywnego postępu zarówno na stopie edukacyjnej, jak i gospodarczej, a także utrzymywaniu oraz wzmacnianiu demokracji będącej wizytówką ich państwa opiekuńczego.

³⁹⁴ Ibidem, s. 173-174.

³⁹⁵ Storting – jednoizbowy parlament Królestwa Norwegii.

³⁹⁶ NRK – norweski publiczny nadawca radiowo-telewizyjny, którego wyznawane wartości i obierane założenia zawsze były i są podobne do tych znanych z SVT.

³⁹⁷ M. Chacińska, *W służbie ludu...*, s. 172.

³⁹⁸ Ibidem, s. 172-173.

³⁹⁹ Ibidem, s. 61-63.

Wspomniany dynamiczny wzrost piśmienności już od czasów reformacji sprawił, że wysoki procent czytelnictwa w Szwecji nie jest w obecnych czasach niczym nowym. To z kolei przekłada się na widoczną wśród Skandynawów chęć zdobywania wiedzy oraz zasięgania informacji z najbardziej rzetelnych źródeł, co przekłada się na edukacyjny charakter telewizji, dlatego też należy choćby w skrótowym wymiarze zwrócić w tym miejscu uwagę na ten aspekt. Już bowiem od XVI wieku zarówno piśmienność, jak i w rezultacie sięganie do prasy drukowanej, było w Skandynawii większe niż w innych krajach na świecie. Pod koniec XVII wieku przeprowadzono w Szwecji kampanię, mającą na celu naukę czytania i pisania dla społeczeństwa. Mieszkańcom Szwecji towarzyszyła wówczas duża presja, ponieważ osoby, które nie zdały odbywającego się dorocznie egzaminu z czytania i pisania nie mogły ani przyjąć komunii, ani zawierać małżeństw⁴⁰⁰. Co więcej, wspomniany wcześniej obowiązek czytania Biblii wprowadził sam król Karol XI, rządzący Szwecją w latach 1660-1697. Dotyczył on oficjalnie każdej warstwy społecznej w kraju. Nauka uchodząca zatem dla wszystkich najpierw za obowiązek, w przeciągu kolejnych stuleci przerodziła się w nieprzymuszoną chęć pogłębiania edukacji przez ogół szwedzkiego społeczeństwa.

Pomimo przeniesienia w obecnych czasach mediów na drogę elektroniczną, wysoki procent czytelnictwa prasy drukowanej utrzymuje się w krajach skandynawskich do dziś. Dzięki obecnemu w Szwecji od wieków egalitaryzmowi, dane te dotyczą każdej warstwy społecznej i każdej grupy wiekowej. Na ten niezmiennie wysoki współczynnik w samej Szwecji wpływ ma także dynamicznie rozwijająca się i obecnie niezwykle popularna już nie tylko w kraju, ale też zagranicą rodzima literatura, a w tym głównie kryminały oraz książki dla dzieci⁴⁰¹. Duży nacisk na równouprawnienie sprawia także, że poziom czytelnictwa w Szwecji był i jest podobny wśród kobiet jak i mężczyzn, co wynika z tradycji oraz polityki wielu stuleci⁴⁰². W ostatnich latach punkty procentowe wykazały, że to kobiety czytają w Szwecji nieco więcej niż mężczyźni⁴⁰³.

Na początku XXI wieku, szwedzki rząd chcąc zwiększyć czytelnictwo w kraju obniżył podatek VAT na książki i czasopisma z 25 na 6%. Co więcej, w 2011 roku Ministerstwo Kultury w Szwecji powołało po raz pierwszy Ambasadora Czytania. W

⁴⁰⁰ M. Chacińska, *Czytelnictwo...*, op. cit., s. 37.

⁴⁰¹ Ibidem, s. 36.

⁴⁰² Ibidem, s. 37-38.

⁴⁰³ *Rapporter*, <https://www.gu.se/som-institutet/resultat-och-publikationer/rapporter> [dostęp: 30.04.2021].

drodze konkursu co dwa lata wybierana jest na to stanowisko kolejna osoba. Jej zadanie to „stymulowanie chęci do czytania i zwiększanie świadomości o tym, jak ważna jest literatura dla dzieci i młodzieży”⁴⁰⁴. Poprzez wydawanie tematycznych publikacji, spotkania z dziećmi i młodzieżą, ale także innymi czytelnikami oraz bibliotekarzami, ambasador wypełnia swoją funkcję na co dzień. W celu promocji wspomnianych wydarzeń, porad dla rodziców, nowych publikacji i samego czytelnictwa, prowadzi on także powszechnie dostępną stronę internetową⁴⁰⁵.

Inicjatyw dotyczących omawianego tu tematu jest w Szwecji wiele. Państwowe dotacje dla wydawnictw (szw. *utgivningsstödet*), katalog w formie spisu polecanych publikacji dla dzieci (*Barnbokskatalogen*), promujące czytelnictwo organizacje non-profit, jak np. Ruch Czytelnictwa (*Läs rörelsen*), Szwedzka Akademia Książki Dziecięcej (*Svenska barnboksakademien*), czy Ministerstwo Opowiadania (*Berättarministeriet*), to tylko niektóre z nich⁴⁰⁶. Szwecja jest zatem państwem wspierającym wszelkie inicjatywy związane z promowaniem czytelnictwa wśród społeczeństwa niezależnie od statusu czy wieku. Przyczyną tego jest zarówno długotrwała tradycja, jak i otwartość na to, co nowe.

Pomimo pojawienia się nowych mediów, Szwedzi niezmiennie utrzymują więc dawne zwyczaje, co bez wątpienia łączy się z zakorzenioną przez wspomniane wcześniej czynniki chęcią zdobywania wiedzy (w tym w dużym stopniu także samej wiedzy naukowej) oraz bycia na bieżąco z informacjami z kraju i świata. Wszystko to przekłada się na edukacyjny charakter mediów – już nie tylko prasy, ale także omawianej w niniejszej pracy telewizji, która edukację wyznaczyła w Szwecji za swoją misję.

Warto przyjrzeć się zatem także samemu prawu medialnemu w Szwecji. Najważniejszymi dokumentami (*notabene* przygotowywanymi przez Ministerstwo Kultury), które dotyczą usług audiowizualnych i regulują działalność mediów publicznych są ustawy o radiofonii i telewizji, a także wymogi misji⁴⁰⁷. W części określającej misję dotyczącą nadawanych programów audiowizualnych, podkreślony jest obowiązek odzwierciedlenia równościowej i różnorodnej perspektywy, stymulowanie do debaty, a także waga wysokiej jakości oferty oraz obecność w niej edukacji popularnej i społecznej⁴⁰⁸. Misja edukacyjna jest zatem zapisana w wymogach dla SVT. W

⁴⁰⁴ M. Chacińska, *Czytelnictwo...*, op. cit., s. 40.

⁴⁰⁵ Ibidem, s. 40-41.

⁴⁰⁶ Ibidem, s. 41-43.

⁴⁰⁷ M. Chacińska, *W służbie ludu...*, op. cit., s. 211.

⁴⁰⁸ Ibidem, s. 220-221.

odniesieniu do kultury, misja szwedzkich mediów mówi także o propagowaniu programów kulturalnych dotyczących kultur z różnych części świata, a w tym także produkcji zarówno w rodzimym języku, języku migowym, jak i w językach mniejszości zamieszkujących Szwecję⁴⁰⁹. Co więcej, na swojej stronie internetowej państwowe radio szwedzkie, odnosząc się także do SVT, podkreśla, że pracowników szwedzkich mediów publicznych obowiązują trzy zasady w odniesieniu do języka: ma być on zrozumiały, żywy i poprawny⁴¹⁰. W razie naruszeń w działalności programowej (złamanie zasad równości, wolności czy godności każdego człowieka, przedstawianie scen przemocy lub tych o charakterze pornograficznym, czy też naruszenie podstawowych idei państwa demokratycznego) instytucją nadzorującą i decyzyjną w danej sprawie jest w Szwecji Urząd ds. Prasy, Radia i Telewizji (*Myndigheten för press, radio och tv*). W Szwecji istnieje także Krajowa Rada ds. Mediów (*Statens medieråd*), która zajmuje się m.in. kwestią edukacji medialnej i podlega Ministerstwu Kultury.

Warto także dodać, że według rankingu wolności mediów (*Worldwide Index of Press Freedom*) Szwecja jest jednym z krajów uchodzących za najbardziej sprzyjający wolności słowa na świecie i posiada ustawę nazwaną Ustawą o wolności druku (*Tryckfrihetsgrundlagen*), zakazującą jakiegokolwiek cenzury oraz Ustawą o wolności wypowiedzi (*Yttrandefrihetsgrundlagen*), mającą status konstytucji. W Szwecji, podobnie jak w innych krajach nordyckich, istnieje także ustawa dotycząca otwartego dostępu do informacji publicznej.

Jak zatem widać, misja i założenia związane z celem telewizji szwedzkiej od początku jej powstania łączyły się z propagowaniem edukacji wśród jej odbiorców. Zainteresowanie Szwedów zarówno polityką, jak i kulturą oraz edukacją, wpływa natomiast na samą wysoką oglądalność telewizji, w tym zwłaszcza programów publicystycznych i informacyjnych, ale także śniadaniowych, które są swego rodzaju kompendium codziennych wiadomości. Pomimo że funkcja informacyjna oraz rozrywkowa również istnieją i są ważną częścią programów oferowanych w szwedzkich ramówkach, to na pierwszy plan telewizji w Szwecji wybija się funkcja edukacyjna. Dzięki takiemu podejściu szwedzkie media dbają o jakość treści przekazywanych ich

⁴⁰⁹ Ibidem, 222-223.

⁴¹⁰ *Språkvård*, <http://svergiesradio.se/sida/artikel.aspx?programid=3113&artikel=2170109> [dostęp: 11.05.2021].

odbiorcom na tyle, że system ten nazywany jest często medialnym systemem „opiekuńczym”.

3.4.2.1. SVT i program *Morgonstudion*

W niniejszym podrozdziale warto zaznaczyć kilka najważniejszych punktów historycznych dotyczących powstania i rozwoju szwedzkiej publicznej stacji telewizyjnej SVT. Jest to bardziej zarys historii niż jej pełna wersja, ponieważ ta ostatnia nie jest kluczowa dla niniejszej pracy. Wybranie kilku istotnych wydarzeń oraz opisanie założeń, które od powstania stacji przetrwały kilka dekad, a także określenie tego, jakie pełni ona funkcje (czy w pierwotnym założeniu oraz później stacja kładła nacisk na emisję programów o charakterze edukacyjnym, informacyjnym czy rozrywkowym) jest jednak znaczące w wypadku badania jej profilu. Ten z kolei może mówić i mówi o tym, jak w ramach wybranej stacji przedstawiana jest medialna wizja świata.

Pierwszą próbną transmisję telewizyjną wyemitowano w Szwecji 29 października 1954 roku. Z Królewskiego Instytutu Technologicznego w Sztokholmie (*Kungliga Tekniska högskolan*) przesyłano wówczas transmitowany w zasięgu 50 kilometrów obraz i dźwięk za pomocą wykonanego tam prowizorycznego przekaźnika. Dalszy obieg nie był jeszcze wtedy możliwy, biorąc pod uwagę ówczesne możliwości techniczne. Program dla mieszkańców regionu sztokholmskiego nadawany był w piątki wieczorem przez 30 minut i dotyczył planów wydarzeń na zbliżający się weekend oraz prezentacji prognozy pogody. Dwa lata później Szwedzi zamienili początkowo testowy i nie do końca profesjonalny przekaz na bardziej zaawansowany i dopracowany technicznie⁴¹¹.

Oficjalne powstanie telewizji w Szwecji datowane jest na rok 1956, czyli czas, kiedy parlament Królestwa Szwecji ustalił, że będzie ona ogólnodostępna i finansowana z opłat abonamentowych oraz będzie pozbawiona reklam⁴¹². W tym samym czasie wyznaczono także jej misję, która dotyczyła edukacji szwedzkiego społeczeństwa. Wówczas już nie tylko Sztokholm, ale także drugie co do wielkości miasto w Szwecji,

⁴¹¹ *Svensk TV-historia 1950-talet*, <https://www.youtube.com/watch?v=9VemvTvVOwQ&t=91s> [dostęp: 11.05.2021].

⁴¹² W. Metlenga, *Konstruktionen...*, op. cit., s. 35.

Göteborg, zaczął emitować telewizję dzięki współpracy z tamtejszym Uniwersytetem Technologicznym Chalmers. Niedługo później nowe medium rozprzestrzeniło się na cały kraj. Jeszcze w tym samym roku około 1000 osób opłaciło abonament telewizyjny, a cztery lata później liczba ta zwiększyła się czterokrotnie⁴¹³.

Kolejnym ważnym momentem dla szwedzkiej telewizji publicznej był rok 1958, ponieważ był to czas mistrzostw świata w piłce nożnej mężczyzn, których gospodarzem była właśnie Szwecja. Ze względu na tę okazję, niezbędne było stworzenie programu informacyjnego relacjonującego wydarzenia sportowe. Transmitowane na żywo mecze były uzupełniane komentarzami dotyczącymi historii piłki nożnej w kraju i na świecie. Wydarzenie przyniosło SVT dużą oglądalność oraz spopularyzowało telewizję wśród odbiorców w Szwecji.

W tym samym roku powstał również pierwszy serwis informacyjny, *Aktuellt*, a także wyemitowano pierwszą transmisję Konkursu Piosenki Eurowizji, których oglądanie z roku na rok stawało się coraz bardziej popularne. W tym czasie SVT zatrudniła wielu nowych pracowników, z czego większość pracowała wcześniej w redakcji gazet lub radia. Były to wykształcone osoby, jednak nie pracujące wcześniej z obrazem. Inżynierowie obejmowali stanowiska fotografów oraz kamerzystów. Oprócz strony technicznej, musieli się oni nauczyć także tworzenia estetycznego w odbiorze obrazu⁴¹⁴. Jak podkreśla jedna z pionierek szwedzkiej telewizji, Karin Falck, zarówno ona, jak i inne osoby związane wcześniej z radiem, uczyły się pracy w telewizji poprzez doświadczenie, nie mając wcześniejszego teoretycznego czy praktycznego przygotowania. Zarówno oni, jak i odbiorcy uczyli się telewizji jednocześnie⁴¹⁵. Oznacza to, że musiał minąć czas, aby każdy z nich nauczył się, jak tworzy się obraz telewizyjny oraz jak najlepiej przekazywać za jego pomocą różnorodne informacje⁴¹⁶. Lata 50. XX wieku można określić zatem jako czas prób, kiedy to Szwedzi, skoncentrowani na rozwoju swojego państwa według modelu opiekuńczego, byli zdeterminowani, aby stworzyć nowe medium służące społeczeństwu – wedle założeń i misji – do edukacji, połączonej jednak z rzetelną informacją, a także rozrywką.

⁴¹³ A. Norqvist, *Första tv-sändningarna firar 60 år*, <https://www.svt.se/nyheter/lokalt/stockholm/forsokssandningar-fran-kth-firar-60-ar> [dostęp: 11.05.2021].

⁴¹⁴ *Svensk TV-historia 1950-talet*, <https://www.youtube.com/watch?v=9VemvTvVOwQ&t=91s> [dostęp: 11.05.2021].

⁴¹⁵ W. Metlenga, *Konstruktionen...*, op. cit., s. 36

⁴¹⁶ Ibidem.

Lata 60. XX wieku to dla Szwecji okres dużego rozwoju społecznego, ekonomicznego oraz politycznego. Sprawilo to, że coraz więcej osób zaczęło interesować się rozwojem mediów i pożądać ciągle ulepszanych sposobów przekazywania informacji. Już na początku lat 60. telewizor stał się coraz bardziej popularnym wyposażeniem w szwedzkich domach. Łączył on rodziny poznające nowe medium poprzez wspólne oglądanie emitowanych w nim wieczornych programów – nie tylko edukacyjnych bądź informacyjnych, ale w dużej mierze także rozrywkowych, takich jak chociażby programy muzyczne łączące w sobie elementy tańca i kabaretu⁴¹⁷. Telewizja pełniła więc już wtedy zarówno funkcję edukacyjną, informacyjną, jak i rozrywkową. Niemniej jednak, jak zaznaczali odbiorcy, czasem elementy niektórych programów nie wyróżniały się dobrym smakiem, ukazując na wpół roznegliżowanych aktorów czy komików⁴¹⁸. Efektem tego było oburzenie części odbiorców, którzy argumentowali, iż telewizję oglądają nie tylko dorośli, ale także dzieci, a prezentowany przez nią obraz nie zawsze jest dostosowany do ich wieku. Jak podkreśla Stig Hadenius, ze względu na to, że istniał wówczas jedynie jeden kanał w szwedzkiej telewizji, docierał on do niezwykle dużej liczby odbiorców. Dodatkowo, telewizja stanowiła autorytet, co wiązało się z wiarą, iż przekazywane przez nią informacje są dobrze wyselekcjonowane, wiarygodne i edukacyjne⁴¹⁹. Był to znak dla twórców programów, aby stworzyć bardziej wyselekcjonowaną ramówkę z programami zarówno dla dorosłych, jak i dla dzieci.

W 1966 roku Olof Palme przeprowadził debatę parlamentarną na temat zobowiązań publicznej i komercyjnej telewizji w Szwecji. Ze względu na plany stworzenia kanału komercyjnego, zaznaczył on, że jeśli kanał ten powstanie, to tak samo jak kanał publiczny musi on odważnie krytykować ewentualne sprawy dotyczące nadużycia władzy. Wynikało z tego, że telewizja komercyjna nie może się wahać i jeśli zajdzie taka potrzeba musi informować o zgodnych z prawdą wydarzeniach oraz ich konsekwencjach, a także walczyć o wolność społeczeństwa. Telewizja ta musi odcinać się od prywatnych i ekonomicznych interesów oraz walczyć o to, aby zasady społeczne były w Szwecji respektowane⁴²⁰. Edukacja i rzetelna informacja były zatem od 1966 roku z góry nałożonym celem tak telewizji publicznej, jak i komercyjnej.

⁴¹⁷ *Svensk TV-historia 1960-talet*, <https://www.youtube.com/watch?v=1Lrr0C8oW0A&t=21s> [dostęp: 10.06.2021].

⁴¹⁸ *Ibidem*.

⁴¹⁹ *Ibidem*.

⁴²⁰ *Ibidem*.

Koniec lat 60., a dokładnie 5 grudnia 1969 roku przyniósł nowy kanał telewizyjny w Szwecji – TV2, który później w 1996 roku zmienił nazwę na SVT2. Wcześniejsze plany stworzenia drugiego kanału zakładały kilka opcji. Jedną z nich było stworzenie zupełnie nowego kanału należącego do innej firmy, a drugą – zintegrowanie nowego kanału z już istniejącym, czyli SVT. Ostatecznie stworzono dwa osobne kanały, które należały do jednej firmy. Nowego kanału nie prowadziły jednak jedynie osoby pracujące już w SVT. Przed rozpoczęciem nadawania programów przez nowy kanał zatrudniono wielu nowych pracowników⁴²¹. Nowy kanał kierował się taką samą misją jak wcześniejszy, stawiając na pierwszym miejscu edukację odbierającego jego przekazy szwedzkiego społeczeństwa. Sam język używany przez dziennikarzy również musiał spełniać założone wcześniej standardy – musiał być poprawny oraz zrozumiały, aby prezentowane treści trafiały do wszystkich bez względu na wykształcenie czy wiek. Był to jeden z niezbędnych elementów do zachowania założonej wcześniej funkcji edukacyjnej.

Jak podkreśla Roland Hjelte, jeden z dziennikarzy-pionierów szwedzkiej telewizji, nowy kanał powstał także w odpowiedzi na zapotrzebowanie na programy informacyjne. Pierwszym programem, który emitowany jest w tej stacji do dziś, był *Rapport*. Na początku program ten nadawano w godzinach wieczornych, pięć dni w tygodniu – od poniedziałku do piątku. *Rapport* był od początku odbierany przez społeczeństwo jako zbyt lewicowy, ze względu na brak widocznego obiektywizmu. W latach 1969-1970 odbył się w Szwecji strajk górniczy, w którym udział wzięli pracownicy TV2. Opinia publiczna skrytykowała program *Rapport* za skłanianie się ku lewicy, a dziennikarze zostali oskarżeni o jawne poparcie strajkujących. W tym wypadku było bowiem oczywiste, że byli oni po stronie górników, a doniesienia medialne powinny być lub starać się być obiektywne. Profil obu tych kanałów – SVT1 oraz TV2 – był więc nieco inny. Podczas gdy SVT1 było bardziej neutralne, TV2 skłaniało się ku lewicy, co rozpoczęło niewielki, jednakże widoczny rozdźwięk pomiędzy dwoma kanałami⁴²². Obecnie *Rapport* transmitowany jest codziennie, a ze względu na swoją rangę oraz dużą oglądalność przeszedł on do kanału SVT1. Stając się jednym z najważniejszych programów informacyjnych i przechodząc do pionierskiej stacji, program ten porzucił

⁴²¹ W. Metlenga, *Konstruktionen...*, op. cit., s. 37.

⁴²² *Svensk TV historia 1970-talet*, <https://www.youtube.com/watch?v=wCo5sCe5hOs&t=7s> [dostęp: 10.06.2021].

perspektywę lewicową na rzecz informacji przekazywanych w sposób mniej stroniczy i bardziej rzetelny⁴²³.

W latach 70. XX wieku szwedzka telewizja zaczęła emitować także wieczorne informacyjne programy lokalne. Transmisję najnowszych wiadomości podzielono na informacje z południowej, zachodniej, wschodniej, centralnej oraz północnej Szwecji⁴²⁴. Dzięki temu rozwiązaniu można było lepiej doprecyzować przekazywane widzom codzienne informacje, które skupiały się głównie na najważniejszych wydarzeniach dziejących się w danej części kraju.

Lata 80. XX wieku przyniosły wiele zmian dla szwedzkiej telewizji. Technologie rozwijały się w niezwykle szybkim tempie, dzięki czemu powstało wiele ulepszonych rodzajów kamer i nowych systemów nadawania telewizji. Kamery stały się lżejsze, co pozwalało na łatwiejsze zapisywanie dźwięku i obrazu nie tylko w studiu, ale także podczas tworzenia programów w terenie. Jakość wytwarzanego przez kamery obrazu stała się o wiele lepsza, dzięki czemu emitowany w telewizji obraz stawał się bardziej wyraźny. Dodatkowo, media w latach 80. XX wieku zrewolucjonizowała także telewizja satelitarna, której cechą szczególną jest ogromny zasięg sygnału pochodzącego tylko od jednego nadajnika oraz fakt, iż dociera on tam, gdzie sygnał naziemny (czyli taki, który wykorzystywany jest w wypadku telewizji kablowej) nie może dotrzeć lub jest to zbyt mało opłacalne⁴²⁵. Ta zapoczątkowana w latach 80. zmiana pokazała, w jak szybkim tempie następuje rozwój mediów, a tym samym jak szybko ewoluuje i będzie ewoluować zarówno sama forma nadawania telewizji, jak i emitowane w jej ramach programy.

W 1987 roku SVT zaczęła nadawać nowy program informacyjny *ABC* ze Sztokholmu i Uppsali. Program w krótkim czasie stał się jednym z najczęściej oglądanych w ramach tej stacji i utrzymał się na antenie przez kolejne 28 lat⁴²⁶. Tym samym, pomimo wielu emitowanych wówczas seriali tworzonych w Szwecji na wzór amerykański, ramówki wypełniły się w tym czasie programami informacyjnymi, dzięki czemu telewizja stała się bardziej dziennikarska⁴²⁷. Założenie i misja SVT pozostały bowiem

⁴²³ Ibidem.

⁴²⁴ Ibidem.

⁴²⁵ *Svensk TV 80-talet*, <https://www.youtube.com/watch?v=QbKk51ITO9Y&t=6s> [dostęp: 10.06.2021].

⁴²⁶ M. Gross Hulth, *Hej då ABC!*, <https://www.svt.se/nyheter/lokalt/uppsala/hej-da-abc> [dostęp: 10.06.2021].

⁴²⁷ *Svensk TV 80-talet*, <https://www.youtube.com/watch?v=QbKk51ITO9Y&t=6s> [dostęp: 10.06.2021].

niezmienne – przez dokonywane decyzje stacja chciała pokazać swój bardziej edukacyjny i informacyjny niż rozrywkowy profil.

W tym samym roku nastąpiła kolejna rewolucja w telewizji szwedzkiej. 31 grudnia 1987 roku szwedzki biznesmen, Jan Stenbeck, uznawany za jednego z pionierów krajowych mediów, stworzył TV3, która zaczęła nadawać z Londynu⁴²⁸. Stało się to bardzo dużym wydarzeniem, zarówno dla widzów, producentów, jak i pracujących w tej telewizji dziennikarzy. Kanał nadawany z Anglii trafiał do Skandynawii niszcząc w tym czasie monopol SVT. W przeciwieństwie do niej, TV3 była komercyjną, sponsorowaną z reklam stacją stworzoną przez prywatnego właściciela. Był to zupełnie nowy system telewizji w Szwecji, który zrewolucjonizował ówczesne realia oraz zapoczątkował rozwój telewizji komercyjnej⁴²⁹. Ta z kolei, wedle wspomnianych wcześniej rozporządzeń Olofa Palme, miała kontynuować tradycję szwedzkiej kultury medialnej, którą charakteryzuje nastawienie na edukację społeczeństwa i brak stronniczości politycznej.

W latach 90. XX wieku SVT stworzyła stronę internetową www.svt.se. Od tego czasu część nadawanych w ramach tej stacji programów można było oglądać także na ekranach komputerów, wybierając dogodnie dla siebie godziny emisji. Były to narodziny i początki szwedzkiej telewizji w internecie. W 1998 roku SVT rozpoczęła nadawanie naziemnej telewizji cyfrowej, czyli transmitowanej w postaci sygnału cyfrowego do odbiorników indywidualnych. W tym czasie otrzymała także koncesje na nadawanie dla trzech ogólnokrajowych kanałów cyfrowych i pięciu regionalnych. Umożliwiło to chociażby łatwe wyszukiwanie nadawanych programów, wybór różnych języków ich nadawania, ustawienie napisów wyświetlanych na ekranie odbiorników, funkcjonowanie telewizji interaktywnej, czy też kontrolę rodzicielską w postaci blokady kanałów nieodpowiednich dla dzieci⁴³⁰. Wszystko to związane było z założeniem szerzenia edukacji, czego skutki doskonale obrazują chociażby wykonywane obecnie statystyki dotyczące poziomu znajomości języka angielskiego przez społeczeństwa, dla których nie jest on językiem ojczystym. Państwa skandynawskie, dzięki emitowaniu od dekad programów i filmów w oryginalnych językach (w tym głównie w języku angielskim) bez lektora, a ze szwedzkimi napisami u dołu ekranu, umożliwiła dzieciom jego naukę od

⁴²⁸ Ibidem.

⁴²⁹ Ibidem.

⁴³⁰ W. Metlenga, *Konstruktionen...*, op. cit., s. 39.

najmłodszych lat. Dzieci wychowane na takim sposobie odbioru mediów w latach 90. są dziś dorosłymi osobami, które w większości można uznać za niemal dwujęzyczne. Szwecja, Norwegia oraz Dania co roku plasują się w czołówce krajów notowanych najwyżej na świecie w oficjalnym rankingu EF English Proficiency Index⁴³¹.

Początek XXI wieku w historii szwedzkiej telewizji łączy się z wprowadzeniem nadawania w standardzie HDTV. Dzięki temu w 2006 roku powstała SVT HD, która zaczęła być transmitowana przez Canal Digital, Com Home, a także przez sieć naziemną w Mälardalen niedaleko Sztokholmu. W 2007 roku odnotowany został ówczesny rekord w wysokości 159 milionów odsłon witryny internetowej www.svt.se, który w 2011 roku podwyższył się do pół miliarda wyświetleń. W tym czasie popularność zdobyły głównie seriale, które również można było już oglądać poprzez internet w dowolnym miejscu i czasie. Największy sukces osiągnął rodzimy serial *Millenium*, który otrzymał Emmy – najbardziej prestiżową nagrodę telewizyjną na świecie⁴³². Potwierdza to też typowo szwedzką cechę, a więc wybieranie nie tego co amerykańskie lub po prostu obce, a rodzime, szwedzkie. To z kolei ma zarówno pozytywny wpływ na krajową gospodarkę, jak i wzmacnia przywiązanie do własnej kultury.

W 2013 roku powstało otwarte archiwum SVT, czyli serwis umożliwiający oglądanie fragmentów programów czy filmów emitowanych w szwedzkiej telewizji od samych jej początków⁴³³. SVT Play stało się zatem skarbnicą wiedzy dotyczącej szwedzkiej kultury medialnej. Dodatkowo, rząd zdecydował się na nową licencję na nadawanie usług publicznych, która trwała od 2014 do 2019 roku, po czym została przedłużona do końca 2025 roku⁴³⁴. W tym czasie programy emitowane w SVT w czasie rzeczywistym będą także transmitowane poprzez SVT Play. Tym samym można oglądać je używając do tego nie tylko i wyłącznie telewizora, ale także laptopa czy smartfonu.

Jak wygląda jednak sama historia telewizji śniadaniowej stacji SVT? Programem porannym emitowanym obecnie w jej ramach jest *Morgonstudion*. Program ten produkowany jest przez szwedzką telewizję publiczną nieprzerwalnie od swojej premiery

⁴³¹ *The world's largest ranking of countries and regions by English skills*, <https://www.ef.com/wwen/epi> [dostęp: 10.06.2021].

⁴³² A. Norqvist, *Första tv-sändningarna firar 60 år*, <https://www.svt.se/nyheter/lokalt/stockholm/forsokssandningar-fran-kth-firar-60-ar> [dostęp: 12.06.2021].

⁴³³ ÖPPET ARKIV, <https://www.oppetarkiv.se/> [dostęp: 12.06.2021].

⁴³⁴ *Public service-propositionen 2019*, <https://tu.se/standpunkt/publicservice/public-service-propositionen-2019/> [dostęp: 12.06.2021].

28 sierpnia 2017 roku. Nie jest to jednak pierwszy magazyn poranny prezentowany w omawianej tu stacji. *Morgonstudion* jest następcą *Gomorrön Sverige* emitowanego od 1993 do 2017 roku. Ten z kolei był kontynuacją pionierskiego programu śniadaniowego w Szwecji, *Go'morrön Sverige*, emitowanego w latach 1977-1996, który zastąpił później transmitowany w latach 1996-2001 *Rapport Morgon*, oraz *SVT Morgon* (2001–2004).

Go'morrön Sverige oraz kolejne programy swoją formą z założenia nawiązywały do amerykańskiego programu porannego *The Today Show* emitowanego przez stację NBC od 1952 roku. Tym samym, każdy z nich wypełniały bardziej debaty, przeglądy paneli i filmów, raporty czy wywiady aniżeli *stricte* informacyjne i aktualne wiadomości z kraju oraz zagranicy. Sama scenografia programu także była niemal kalką jego amerykańskiej wersji. Ze względu na zmieniające się oczekiwania publiczności nastawionej coraz bardziej na przedstawiane w przystępnej formie *newsy*, ćwierć wieku od premiery *Gomorrön Sverige* program ten został zastąpiony przez *Morgonstudion*, którego scenariusz oraz forma odbiega od znanego dotychczas schematu porannego programu szwedzkiej telewizji publicznej.

Jak podkreśla Jan Helin, dyrektor programowy SVT, *Morgonstudion* jest odpowiedzią na widoczny na świecie coraz szybszy, fragmentaryczny i pełen *fake newsów* przekaz medialny, który niejednokrotnie łączy się z brakiem wykształcenia w sobie krytycznego myślenia wśród odbierających przekaz widzów⁴³⁵. Nowy program ma ambicję bycia niezależnym i nieupolitycznionym oraz przedstawiania pełnego obrazu wydarzeń, pokazywanego z różnych stron, nie zaś opierającego się na jednowymiarowym spojrzeniu i propagandzie. Ma on też być z założenia nastawiony na rzetelną informację, bardziej niż rozrywkę i tym samym kontrastować z magazynem porannym oferowanym w TV4. To, co charakteryzuje *Morgonstudion*, to debaty, duży nacisk na relacje na żywo, innowacyjne dziennikarstwo kulturalne, kompetentne redagowanie streszczeń wiadomości oraz inspirowanie do rozmowy. Ma on ma niejako wpasowywać się w dzienną ramówkę poprzez bycie programem rozpoczynającym codzienne pasmo informacyjne. Nowy program to zatem mieszanka *newsów*, kultury, sportu i tzw. tematów lifestylowych, jednak wszystko omawiane jest z informacyjnego punktu widzenia. Obecna w już niemal wszystkich magazynach porannych część kulinarna,

⁴³⁵ *Morgonstudion - ett nytt stycke SVT-historia*, <https://omoss.svt.se/arkiv/bloggarkiv/2017-08-25-morgonstudion---ett-nytt-stycke-svt-historia.html> [dostęp: 12.06.2021].

charakteryzująca się tzw. gotowaniem na ekranie, a także panel rozrywkowy z występami wokalistów czy tancerzy, zostały zupełnie wykluczone ze scenariusza *Morgonstudion*. Co więcej, jeśli tylko zajdzie taka potrzeba, studio jest przygotowane do transmisji przez cały dzień, ponieważ zostało ono stworzone wyłącznie na potrzeby nowego programu, przez co *Morgonstudion* może zacząć relacjonować ważne wydarzenia na żywo, które pojawiają się wówczas na stronie internetowej programu⁴³⁶.

Morgonstudion nadawany jest od poniedziałku do piątku od 6:00 do 9:10. Program składa się głównie z części informacyjnej oraz edukacyjnej – przekazywania bieżących informacji o wydarzeniach krajowych i zagranicznych, a także debat dotyczących aktualnie omawianych na świecie tematów związanych z m.in. kulturą, społeczeństwem czy zdrowiem. Wiadomości lokalne zaczynają się o 7:05, a ich skrót jest kilkakrotnie powtarzany w ciągu całej emisji. Daje to odbiorcom możliwość bycia na bieżąco, nawet jeśli ominą wcześniejszą część programu. Program dopełniają wiadomości sportowe, rozrywkowe i kulturalne. W każdym odcinku występują także goście zapraszani do studia. Są to zarówno aktorzy, wokaliści, sportowcy, artyści czy celebryci, jak i eksperci określonych dziedzin, na których temat przeprowadzany jest dany wywiad. Obecność ekspertów – w wypadku *Morgonstudion* są to bardzo często profesorowie szwedzkich uczelni – ma za zadanie podkreślić funkcję edukacyjną, która jest jednym z założeń programu.

Dlaczego jednak zaistniała potrzeba stworzenia nowego porannego programu? *Gomorrön Sverige* funkcjonowało niezmiennie przez blisko 25 lat, co sprawiło, że w tym czasie zmieniły się nie tylko sposoby funkcjonowania telewizji, ale także potrzeby samych widzów. Poranny show stał się dla wielu najważniejszym źródłem codziennych, najnowszych informacji. Niejednokrotnie, ze względu na późne godziny pracy odbiorców, jedynym dogodnym momentem na obejrzenie wiadomości staje się program poranny, który często oglądają oni wybiórczo. Tym samym, musi on sprostać ich oczekiwaniom, które zakładają nie tylko prezentację informacji drugorzędnych, lub tych związanych z rozrywką, sportem czy kulturą, ale przede wszystkim najistotniejszych aktualnych wiadomości z kraju i świata. Blok ten najczęściej zostaje kilkakrotnie powtórzony w trakcie każdego z odcinków, tak, aby każdy z odbiorców – niezależnie od swoich możliwości czasowych – mógł pozyskać najważniejsze informacje dnia.

⁴³⁶Ibidem.

Zadaniem *Morgonstudion* jest zainteresowanie odbiorców najnowszymi informacjami w sposób przystępny i ekscytujący. Informacje te układane są w skrótowe panele oraz ukazywane są z różnorodnych punktów widzenia. W sytuacji, gdy prezenterzy mają takie samo zdanie na omawiany w odcinku temat, próbują oni – za pomocą dyskusji i stawianych pytań – spojrzeć na problem z różnych stron. Odbiorcy dzięki temu angażują się w oglądanie porannego programu, nawet jeśli niekiedy nie mogą obejrzeć go w całości ze względu na inne obowiązki. Prezentowane wiadomości zostają uporządkowane w jasny i skondensowany sposób, tworząc niejako osobne minifragmenty, przerywane niekiedy na rzecz informacji lokalnych czy prognozy pogody. Ważne wiadomości z kraju i świata zostają przekazane w skrótowej i dostępnej dla każdego formie oraz otoczone są kontekstem, który pozwala widzom lepiej zrozumieć każdy z prezentowanych wątków. Program ten budzi więc w odbiorcach własne przemyślenia dotyczące podejmowanych tematów oraz pozwala na głębsze zrozumienie prezentowanych w nim treści.

Morgonstudion jest nowym programem, który wciąż ewoluuje ulepszając swoją formę i próbując sprostać oczekiwaniom jak największej liczby odbiorców.

3.4.2.2. TV4 i program *Nyhetsmorgon*

Historia TV4 jest znacznie krótsza niż historia SVT, ponieważ stacja ta pierwsze próbne emisje rozpoczęła jesienią 1990 roku, a samo oficjalne nadawanie dopiero w lutym 1992 roku. Celem stworzenia TV4 była konfrontacja dotychczasowego monopolu publicznego z nowymi warunkami dla komercyjnych kanałów telewizyjnych⁴³⁷. TV4 jako kanał komercyjny nie podlegał wymogom szwedzkiej misji publicznej, jednak wymogiem programowym określonym w koncesji była emisja serwisów informacyjnych⁴³⁸. Jednakże, zgodnie z apelem Olofa Palme, obowiązkiem telewizji komercyjnej, tak samo jak publicznej, miało być odważne krytykowanie ewentualnych spraw dotyczących nadużycia władzy. Jak można przeczytać na oficjalnej stronie internetowej stacji, w TV4 podkreśla się, że do dziś niezmiennie zachowuje ona

⁴³⁷ *Om TV4*, <https://www.bonnierbroadcasting.com/om-oss/tv4/om-tv4/> [dostęp: 12.06.2021].

⁴³⁸ M. Chacińska, *W służbie ludu...*, op. cit., s. 186.

neutralność i nie jest stronnicza politycznie. Co więcej, chroni prawa do wolności wypowiedzi oraz zachęca do szerokiej i otwartej debaty⁴³⁹.

Do połowy lat 80. XX wieku szwedzkie komercyjne stacje radiowe i telewizyjne nie mogły emitować reklam, za to były finansowane przez prowadzące je organizacje oraz sponsorów⁴⁴⁰. Zmiany przyniósł rok 1991, kiedy weszła w życie poprawka do ustawy przyjętej pięć lat wcześniej, która została nazwana prawem kablowym (*Kabellagen*) i dotyczyła możliwości tworzenia lokalnych kablowych stacji telewizyjnych. Początkowo nie mogły one współpracować z reklamodawcami, czego zmiany dokonała wspomniana modyfikacja, otwierając tym samym możliwości powstania komercyjnej stacji TV4⁴⁴¹.

TV4 od czasu swojego powstania jest największą komercyjną szwedzką stacją telewizyjną. Grupa TV4 – ówczesny właściciel TV4 – została założona w 1984 roku przez Ingemara Leijonborga i Gunnara Bergvalla jako Nordisk Television AB. Grupa TV4 od 2007 do 2019 roku należała do prywatnego szwedzkiego instytutu medialnego Bonnier Broadcasting AB. 15 września 1990 roku TV4 rozpoczęła nadawanie satelitarne, a dwa lata później nadawanie naziemne⁴⁴². Tuż po premierze stacja zaczęła zdobywać niezwykle dużą popularność w Szwecji, przejmując większość widzów z obu publicznych kanałów telewizyjnych.

Od początku swojego istnienia TV4 nastawiona była na dostarczanie widzom rozrywki, a także bieżących informacji z kraju i ze świata. Funkcja edukacyjna ani nie była ustalona dla niej z założenia, ani nie została wprowadzona nieświadomie przez twórców ramówek komercyjnej stacji. Informacja i rozrywka od początku były więc głównym celem stacji. Od lat 90. część rozrywkowa to głównie seriale i programy rozrywkowe, takie jak zaadaptowany z USA format *Jeopardy!* czy szwedzka loteria telewizyjna *Bingolotto*. Część informacyjna to natomiast m.in. nadawany codziennie wieczorem program *Nyheterna*, który do dziś jest najważniejszym magazynem informacyjnym tej stacji⁴⁴³.

⁴³⁹ *Om TV4*, <https://www.bonnierbroadcasting.com/om-oss/tv4/om-tv4/> [dostęp: 12.06.2021].

⁴⁴⁰ M. Chacińska, *W służbie ludu...*, op. cit., s. 184.

⁴⁴¹ Ibidem.

⁴⁴² Ibidem.

⁴⁴³ *Om TV4*, <https://www.bonnierbroadcasting.com/om-oss/tv4/om-tv4/> [dostęp: 14.10.2021].

Lata 90. XX wieku to także narodziny telewizji porannej w szwedzkiej stacji komercyjnej. Ze względu na chronologię należy wspomnieć o TV4 w tym miejscu, jednak więcej o niej oraz *Nyhetsmorgon* pod koniec niniejszego podrozdziału.

Nowe stulecie przyniosło nowe możliwości dla szwedzkiej komercyjnej stacji telewizyjnej. Casten Almqvist został dyrektorem generalnym TV4, za którego kadencji nabyła ona wyłączne prawo do transmitowania mistrzostw świata w piłce nożnej, a tym samym emitowania wszystkich meczów rozgrywkowych w Szwecji, aby ta mogła zakwalifikować się do mistrzostw świata w Brazylii⁴⁴⁴. Dzięki temu TV4 zyskała kolejną falę popularności i jeszcze bardziej wcieliła w życie swoją funkcję rozrywkową.

Szczególnie przełomowy był rok 2012, kiedy TV4 stała się pierwszą szwedzką stacją telewizyjną, która zaoferowała możliwość oglądania wszystkich swoich kanałów na żywo w internecie, dzięki czemu można je oglądać w dowolnym momencie na komputerze lub smartfonie za pośrednictwem TV4 Play Premium. To zdecydowanie zwiększyło popularność kanału komercyjnego, przez co stacja zyskała wielu nowych widzów, których straciła wówczas SVT⁴⁴⁵.

W 2013 roku TV4 stworzyła nową strategię opartą na połączeniu tradycyjnej telewizji i technologii cyfrowej. TV4 przedstawiła trzy główne cele dla ostatniej proponowanej przez siebie zmiany. Po pierwsze, stacja chciała być największą telewizją w Szwecji na wszystkich możliwych platformach, tj. zarówno w telewizji tradycyjnej, jak i telewizji w internecie oraz jej wersjach mobilnych. Po drugie jako telewizja komercyjna chciała być najbardziej efektywnym partnerem reklamowym we współpracy z innymi firmami. Po trzecie, chciała ona zostać liderem branży płatnej telewizji w internecie, najdokładniej dopasowując swoją ofertę do potrzeb klientów i tym samym zyskać nowych widzów⁴⁴⁶.

W 2014 roku TV4 była pierwszą telewizją w Skandynawii, która rozpoczęła współpracę z Apple TV i YouTube. W tym samym roku cyfrowe wersje TV4 odnotowały łącznie 262 miliony wyświetleń. Według statystyk każdemu widzowi daje to nieco ponad cztery godziny dziennie z TV4. W 2014 roku stacja nadała również po raz pierwszy wiadomości lokalne z dziesięciu regionów w całej Szwecji⁴⁴⁷. Dzięki temu widzowie

⁴⁴⁴ Ibidem.

⁴⁴⁵ Ibidem.

⁴⁴⁶ Ibidem.

⁴⁴⁷ Ibidem.

mogą codziennie otrzymywać bardziej szczegółowe i odpowiadające ich potrzebom informacje.

W 2015 roku główna grupa odbiorców TV4 zmieniła się z osób w wieku 12-59 lat na grupę pomiędzy 15 a 64 rokiem życia. Zmiana ta wiąże się z większą aktywnością osób starszych, zarówno jako odbiorców tradycyjnej telewizji, jak i widzów internetowych. Ponadto w tym samym roku udoskonalona została strona internetowa www.fotbollskanalen.se należąca do Grupy TV4, co pozwoliło odbiorcom personalizować publikowane na niej artykuły⁴⁴⁸. Oznacza to, że dla widza, który na swoim profilu na stronie wyznaczy sportowe preferencje, zostaną wyświetlone na ekranie informacje np. o wybranych przez siebie drużynach lub ligach.

2016 to czas, w którym TV4 we współpracy z platformą C More podpisała umowę na wyłączność transmisji meczów z mistrzostw świata od 2018 do 2022 roku. TV4 dzięki tej wyłączności przejęła w tym czasie widzów od SVT. W tym samym roku powstała również należąca do Grupy TV4 witryna www.koket.se, która oferuje wiadomości kulinarne, stając się źródłem informacji i rozrywki dla widzów oraz miejscem marketingu dla reklamodawców. Jednym z najważniejszych wydarzeń 2016 roku były także wybory prezydenckie w USA, które transmitowały TV4 i TV4 Play. TV4 jako jedyna stacja w Szwecji nadawała je nieprzerwanie przez 40 godzin, co dało jej pierwsze miejsce w kraju w kategorii oglądalności tego wydarzenia⁴⁴⁹.

W 2017 roku TV4 Play odnotowała liczbę 3 milionów zalogowanych użytkowników w ciągu roku, co doprowadziło do pozycji lidera pod względem oglądania telewizji online. w Szwecji. W tym samym roku TV4 Play stała się również darmową oraz otwartą usługą dla wszystkich użytkowników, natomiast wersja Premium trafiła do C More⁴⁵⁰.

W 2018 roku liczba zalogowanych użytkowników, którzy korzystali z TV4 Play w ciągu roku znacznie wzrosła, bijąc rekord z roku poprzedniego i osiągając ponad 4 miliony regularnych widzów. TV4 Play ustanowiła tym samym nowy rekord w oglądaniu telewizji online w Szwecji⁴⁵¹.

⁴⁴⁸ Ibidem.

⁴⁴⁹ Ibidem.

⁴⁵⁰ Ibidem.

⁴⁵¹ W. Metlenga, *Konstruktionen...*, op. cit., s. 43-44.

Rok 2019 to nie tylko kolejny wzrost liczby widzów, ale także przygotowania do całkowitego zastąpienia nadawania analogowego cyfrowym. Nowe rozwiązanie zostało oficjalnie wprowadzone przez TV4 we wrześniu 2020 roku. W tym samym czasie Bonnier Broadcasting została przejęta przez największą firmę telekomunikacyjną w Szwecji – Telia Company AB – która stała się nowym właścicielem TV4⁴⁵².

W analizie wyników oglądalności, według oficjalnie prowadzonych w Szwecji rankingów, TV4 dogania SVT, kiedy weźmie się pod uwagę same prezentowane na antenie programy. Jednakże, analizując telewizyjne (w tym także telewizję online) oraz streamingowe rankingi tygodniowe, miesięczne i roczne, szwedzka stacja komercyjna wciąż znajduje się na drugim miejscu, za stacją publiczną⁴⁵³.

Wróćmy jednak do historii samej telewizji śniadaniowej w stacji TV4. 14 września 1992 roku powstał *Nyhetsmorgon* – śniadaniowy program telewizyjny nadawany w ramach TV4 nieprzerwanie od tamtego czasu do dziś. Podobnie jak w wypadku pierwszego porannego programu SVT, tak i w *Nyhetsmorgon*, inspiracji do jego powstania można upatrywać w opisanym wcześniej amerykańskim modelu gatunku – *The Today Show*⁴⁵⁴. Szwedzka telewizja komercyjna nie stworzyła kolejnego programu śniadaniowego, więc jedynym konkurentem *Nyhetsmorgon* w latach 1993-2017 był *Gomorrön Sverige*, nadawany przez SVT, który w sierpniu 2017 roku został zastąpiony przez *Morgonstudion*. Początkowo *Nyhetsmorgon* był emitowany od poniedziałku do piątku, poszerzając swoją ofertę o weekendowe misje dopiero na początku XXI wieku. Ponadto, w przeciwieństwie do *Morgonstudion* emitowanego przez telewizję publiczną, *Nyhetsmorgon* nadaje swoje odcinki również w święta lub dni oznaczone w kalendarzu szwedzkim jako wolne od pracy⁴⁵⁵.

Nyhetsmorgon nadawany jest od poniedziałku do piątku w godzinach od 5:50 do 10:00 oraz w weekendy od 7:55 do 11:30. W programie śniadaniowym znajduje się sekcja z aktualnościami z kraju i ze świata, wiadomości lokalne, sekcje rozrywkowe dotyczące wydarzeń kulturalnych, sportowych, wywiady z gośćmi i ekspertami, prognoza pogody, a także segment kulinarny. Niejednokrotnie także aktorzy lub znani z TV4 celebryci są zachęceni do promowania seriali lub programów nadawanych na tym kanale. W każdym

⁴⁵² Om TV4, <https://www.tv4.se/tv4> [dostęp: 10.12.2021].

⁴⁵³ TV-Analys, <https://www.mmsdata.se> [dostęp: 15.06.2021].

⁴⁵⁴ *Nyhetsmorgon*, <https://www.hant.se/etikett/nyhetsmorgon/> [dostęp: 30.06.2021].

⁴⁵⁵ W. Metlenga, *Konstruktionen...*, op. cit., s. 41-42.

odcinku jest też segment, w którym rozgrywa się loteria Triss – gra, w której widzowie zaproszeni do studia mogą wygrać nagrody pieniężne. Ponadto artyści często odwiedzają *Nyhetsmorgon*, grając w części programu swoją muzykę, często w celu promowania nowego albumu lub trasy koncertowej. Tym samym, w przeciwieństwie do nowych założeń *Morgonstudion*, który kładzie duży nacisk na przekazywanie najnowszych wiadomości z kraju oraz zagranicy, *Nyhetsmorgon*, tak jak *The Today Show*, nadal jest programem śniadaniowym, który równoważy część *stricte* informacyjną i rozrywkę. Chociaż zarówno *Nyhetsmorgon*, jak i *Morgonstudion* wyróżniają się lekką publicystyką, program śniadaniowy kanału komercyjnego wydaje się bardziej nastawiony na rozrywkę i pozostawia prezentację najważniejszych wydarzeń wieczornym wiadomościom⁴⁵⁶.

TV4 Play, prowadzona w ramach omawianej stacji usługa wideo na żądanie, powstała w Szwecji w 2009 roku⁴⁵⁷. Dzięki temu programy prezentowane w TV4, w tym *Nyhetsmorgon*, można oglądać nie tylko w tradycyjnej telewizji, ale także w internecie, wybierając odpowiednią dla odbiorcy porę. W przeciwieństwie do *Morgonstudion*, którego odcinki można oglądać w całości w SVT Play, wszystkie odcinki *Nyhetsmorgon* dostępne są na TV4 Play w formie tematycznie zmontowanych i chronologicznie ułożonych fragmentów każdego z nich. Fragmenty te pozostają na stałe w serwisie, podczas gdy każdy odcinek *Morgonstudion* znika ze strony internetowej po 7 dniach. Ponadto jedną z najważniejszych różnic pomiędzy *Nyhetsmorgon* oraz *Morgonstudion* jest fakt, że pierwszy z nich można oglądać za pośrednictwem TV4 także za granicą, podczas gdy program nadawany przez SVT i SVT Play jest dostępny tylko dla widzów, którzy oglądają go w Szwecji⁴⁵⁸. Dzięki temu *Nyhetsmorgon*, podobnie jak inne programy emitowane w TV4, zdobywa publiczność nie tylko w Szwecji, ale i w innych krajach. Widzowie ci to zarówno Szwedzi mieszkający na stałe lub tymczasowo przebywający za granicą, jak i obywatele innych państw, dla których, dzięki możliwości wprowadzenia napisów w formie tłumaczenia odcinka w wybranym języku, zrozumienie przekazu prezentowanego w programie nie sprawia trudności.

W 2010 roku Grupa TV4 oraz firma Warner Bros. International Television Distribution zawarły wspólnie umowę, która daje TV4 wyłączne prawa w Szwecji do nadawania zarówno wielu filmów, jak i programów telewizyjnych produkowanych przez

⁴⁵⁶ Ibidem.

⁴⁵⁷ Ibidem.

⁴⁵⁸ Ibidem.

powyższą wytwórną. Dzięki temu stacja przyciąga więcej widzów, co zwiększa jej popularność w kraju. W tym samym roku TV4, TV4 Plus, TV400 i TV4 Fakta, jako pierwsze w Szwecji, umożliwiły oglądanie programów na żywo przez telefon komórkowy. Funkcja ta była w tamtym czasie dostępna dla widzów u ponad 80% wszystkich operatorów⁴⁵⁹. W tym samym roku *Nyhetsmorgon* został także zintegrowany z mediami społecznościowymi, takimi jak Facebook i Twitter, dzięki czemu szybko stał się popularny zarówno w Szwecji, jak i za granicą. Niedługo później program doczekał się swojego profilu na serwisie Instagram, który obok Facebooka i Twittera jest obecnie jednym z najbardziej popularnych serwisów społecznościowych na świecie i na którym regularnie publikuje treści do dziś.

Podsumowując rozdział III należy przypomnieć kilka najważniejszych wniosków. Badane w niniejszej pracy programy nazywane są śniadaniowymi bądź porannymi, w zależności od kraju oraz używanego w nim języka, jednak tym, co niezmiennie charakteryzuje każdy z nich jest to, że oryginalnie wszystkie nagrywane oraz transmitowane są w godzinach porannych i przedpołudniowych. XXI wiek wprowadził innowację w formie telewizji w internecie, która poprzez wykorzystanie globalnej sieci trafia do odbiorców w wybranym przez nich miejscu i czasie. Dzięki dopasowaniu odbioru wybranych programów do rytmu dnia i codziennych obowiązków, ułatwia to widzom bycie na bieżąco z codziennymi informacjami z kraju i świata. Telewizja w internecie to bowiem nie nowe medium, a dawna i świetnie znana od połowy XX wieku telewizja, która poprzez proces usieciowienia i dzięki remediacji, zyskała nowe możliwości.

Telewizja śniadaniowa dzięki scalaniu w sobie bloków o różnorodnej treści łączy informacje z rozrywką, a niekiedy misją reprezentujących ten gatunek programów jest też edukacja. Do programów zapraszani są goście w osobach ekspertów (wśród nich również naukowcy), którzy wzbogacają odcinek dzięki przedstawianiu swoich

⁴⁵⁹ *Om TV4*, <https://www.bonnierbroadcasting.com/om-oss/tv4/om-tv4/> [dostęp: 15.06.2021].

perspektyw na poruszany w rozmowie wątek. Tematy wybierane przez twórców telewizji śniadaniowej skupiają się głównie wokół ludzi, których historie przybliżane są widzom w jak najbardziej przystępny – biorąc pod uwagę tak język, jak i obraz – sposób. Dzięki temu przekazywana treść ma szansę trafić do jak największej liczby odbiorców, co jest celem każdej ze stacji. Prezentowana w multimodalny sposób kultura codzienności i familiarność to zatem główne wyznaczniki programów tego typu. Programy te wpływają więc na rytmizację życia codziennego oraz sposób widzenia świata przez odbiorcę.

Programy śniadaniowe wpływają na światopogląd konstruowany przez swoich widzów na co dzień. Każdy z programów tworzy jednak nieco (a w niektórych wypadkach skrajnie) odmienny medialny obraz świata. System medialny nie tylko bowiem wpływa na funkcjonujący w danym kraju model polityczny, ale i z niego czerpie. W wybranych w tej pracy do badań programach realizowanych w USA oraz Szwecji systemy i modele te, pomimo że nie diametralnie, to jednak widocznie, różnią się między sobą, co wpływa na prezentowany w nich językowo-obrazowy przekaz. Charakterystyczny Stany Zjednoczone model liberalny wyróżnia się wysokim poziomem dziennikarstwa przy jednoczesnym małym wpływie polityki państwowej na media. Ważna jest wolność wypowiedzi i brak upolitycznienia, czego rezultatem jest zauważalna kontrola władzy ze strony mediów. W momencie łamania norm czy przepisów przez reprezentujących kraj urzędników, media każdorazowo starają się przedstawić sprawę jak najbardziej bezstronnie, nie zatajając przy tym (niejednokrotnie stawiających w niekorzystnym świetle) szczegółów dotyczących służb, polityków, a nawet liderów państwowych. Przykładem telewizji, która wciela w życie opisywany tu system jest interesująca mnie w niniejszej pracy NBC. Sam jej profil oraz misja, którą zamierzyła i spełnia, zamyka się natomiast w obrębie informacji i rozrywki. Połączenie tych założeń ilustruje m.in. jej flagowy program poranny – *The Today Show*. Funkcja informacyjna i rozrywkowa łączą się w nim ze sobą tworząc w rezultacie przekaz zapewniający widzom zarówno dostęp do najnowszych oraz najważniejszych informacji z kraju i świata, jak też formę odpoczynku od codziennych obowiązków. Funkcja edukacyjna schodzi w tym wypadku na drugi plan. Odzwierciedla to aktualnie także sam procent czytelnictwa prasy w USA, który, pomimo że wysoki, dotyczy w głównej mierze czasopism mających wspomniany informacyjno-rozrywkowy profil, aniżeli dzienników, charakteryzujących się bardziej rzetelnym doborem i przedstawieniem treści.

Inaczej wygląda to, kiedy weźmiemy pod uwagę media w Szwecji, gdzie – w przeciwieństwie do nastawionych na kulturę masową USA – media publiczne kształtowane są pod kątem edukacyjności. Łączony ze Szwecją model opisujący jego kulturę medialną nazywany jest modelem demokratycznego korporacjonizmu. W państwach go reprezentujących, w tym w Skandynawii, można zaobserwować bardzo wczesny rozwój wolności prasy oraz samego jej przemysłu. Ze względu na egalitaryzm oraz wynik reformacji, jakim był m.in. rozwój piśmienności, podyktowany chociażby wymogiem samodzielnego czytania Biblii, niemal od razu mogły korzystać z niej w Szwecji wszystkie warstwy społeczne. Wszystko to wpływało stopniowo na bardzo wysoki obecnie procent czytelnictwa łączony z widoczną wśród Skandynawów chęcią zdobywania wiedzy oraz zasięgania informacji z najbardziej rzetelnych źródeł. To z kolei przekłada się także na edukacyjny charakter samej telewizji. Nie tylko chęci jej twórców, ale także zapisana w wymogach SVT misja podkreśla edukację jako kluczowy aspekt programów realizowanych w szwedzkiej stacji publicznej. System medialny niejako odzwierciedla model polityczny w danym państwie, przez co w Szwecji nazywany jest on „opiekuńczym”. Telewizja jest zatem dostępna dla wszystkich i charakteryzuje się wolnością redakcyjną. Co więcej, wyróżniają ją widoczna stosowana wobec niej polityka kulturalna oraz konsultacje społeczne z podmiotami tak publicznymi, jak i prywatnymi, dążące do trwałych i konsensualnych rozwiązań. Wszystko to ukazuje chęć i zdolność do kompromisu pomiędzy obiema stronami.

Morgonstudion produkowany przez publiczną stację SVT oraz *Nyhetsmorgon*, który tworzy komercyjna TV4 różnią się profilem, przez co ich funkcje nie są takie same. Podczas gdy *Morgonstudion* podlega misji mediów państwowych skierowanej w Szwecji na edukację, *Nyhetsmorgon* skupia się bardziej na informacji oraz rozrywce. Co jednak ważne, zarówno jedna, jak i druga stacja są neutralne politycznie i – zgodnie z dawnym, jednak wciąż ważnym dla społeczeństwa apelem Olofa Palmego – niezależnie od tego czy podlegają państwu czy prywatnym właścicielom, powinny one krytykować ewentualne nadużycia władzy.

ROZDZIAŁ IV

ANALIZA WYBRANYCH ODCINKÓW TELEWIZYJNYCH PROGRAMÓW PORANNYCH W STANACH ZJEDNOCZONYCH I SZWECJI

Niniejszy rozdział zawiera analizę wybranych tematycznie fragmentów odcinków amerykańskich oraz szwedzkich programów telewizji śniadaniowej. Programy te to amerykański *Today* oraz szwedzkie *Morgonstudion* i *Nyhetsmorgon*. Program amerykański jest programem komercyjnej stacji NBC, a szwedzkie – odpowiednio – publicznej SVT oraz komercyjnej TV4. Kryterium doboru tematów odcinków jest podjęcie danego wątku we wszystkich trzech stacjach. Każdy z dziesięciu wybranych do analizy tematów badany i opisywany jest z wyróżnieniem dat emisji oraz następującego podziału: streszczenie głównych wątków, prezentacja tematu przez *Today*, prezentacja tematu przez *Morgonstudion*, prezentacja tematu przez *Nyhetsmorgon*, wartości prezentowane w ramach odcinków, a także komentarz, który zawiera uwagi podsumowujące.

Wartości prezentowane w odcinkach podzielone są według mojej własnej typologii na wartości bezpośrednie i pośrednie. Podział ten niejako odpowiada zaproponowanemu przez Jadwigę Puzyninę podziałowi na, z jednej strony: wartości deklarowane, a z drugiej: uznawane i odczuwane. Zanim więc przejdę do analizy wybranych fragmentów odcinków, w podrozdziale 4.1. wyjaśnię czym charakteryzuje się każdy z wyżej wymienionych podziałów i jakie aspekty sprawiają, że można odnaleźć pomiędzy nimi podobieństwa.

4.1. Kryteria porządkowania wartości

Jak podkreśla Jadwiga Puzynina, problem typologii wartości jest ważny m.in. dla stworzenia ram opisu słownictwa aksjologicznego⁴⁶⁰. Ze względu na to, że nazwy i opisy

⁴⁶⁰ J. Puzynina, *Język wartości*, op. cit., s. 29.

prezentowanych w mediach wartości pojawiają się w wykonanej w tej pracy analizie i są one badane pod względem ich typów, należy w tym miejscu rozwinąć ten temat.

Poniżej przedstawiam zarówno typy podziałów wartości stworzone przez autorkę *Języka mediów*, jak i własną propozycję sposobów prezentowania wartości przez media. Typologie te wykorzystuję w praktyce w analizie w podrozdziale 4.2. oraz jej podsumowaniu w kolejnym rozdziale.

Pierwszym z podziałów, a także tym, który będzie przydatny w odczytaniu wartości prezentowanych w analizie, i o którym w swojej pracy *Język mediów* pisze Jadwiga Puzynina, jest podział na wartości deklarowane, uznawane i odczuwane⁴⁶¹.

Wartości deklarowane to takie, które zostały w jakiś sposób zakomunikowane, czy też przedstawione odbiorcy, aby go o nich uświadomić. Odbiorca może zostać o nich poinformowany z wykonanych ankiet lub za pomocą wypowiedzi ludzkich, takich jak chociażby przemówienia, utwory literackie lub też subiektywne wypowiedzi w np. prasie, radiu czy telewizji. Jeśli wartości te deklarowane są szczerze, jednocześnie są także wartościami uznawanymi, czyli zgodnymi z faktycznymi przekonaniem nadawcy.

Wartości uznawane to natomiast takie, które mogą, jednak nie muszą, uwidaczniać się w wypowiedziach. Nadawca jest bowiem jedyną osobą posiadającą o nich pełną wiedzę. Odbiorca komunikatu może albo uważać, że wartości te odpowiadają tym deklarowanym przez nadawcę wypowiedzi, albo niejako domniemywać – poprzez własne, niekiedy subiektywne spostrzeżenia i konkluzje – o wartościach uznawanych przez nadawcę, poprzez wzięcie pod uwagę jego zachowań.

Wartości odczuwane to zaś te, które łączy się z uczuciami i emocjami. Mogą przejawiać się w wypowiedziach lub zachowaniach pozajęzykowych. Ich występowanie nie jest jednak obligatoryjne i mogą nie pojawiać się w ogóle lub można je odnaleźć w jakimś zachowaniu parajęzykowym⁴⁶². Wartości te łączy się z funkcją ekspresywną języka, która może występować razem z funkcją komunikatywną lub występuje w postaci ekspresji takiej jak np. płacz, wykrzyknienia, ekspresyjne gesty lub nagłe zmiany pozycji ciała, etc.

Podziałem wartości, który wyróżniłam i za którego pomocą opisuję prezentowane w analizie programów *Today*, *Morgonstudion* oraz *Nyhetsmorgon* wartości jest podział

⁴⁶¹ Ibidem.

⁴⁶² Ibidem, s. 30.

na wartości przekazywane w sposób nazwany przeze mnie bezpośrednim lub pośrednim. Rozróżnienie to niejako odpowiada opisanemu powyżej podziałowi Jadwigi Puzyniny, co czym więcej w dalszej części tej pracy. Czym są zatem wartości przekazywane w sposób bezpośredni, a czym w sposób pośredni?

Wartości przekazywane w wybranym fragmencie programu w sposób bezpośredni to takie, które zostają nazwane oraz skomentowane bądź omówione przez prowadzących lub gości danego odcinka. Oznacza to, że podczas programu nadawca (np. gospodarz) nazywa prezentowaną w ramach tematu wartość taką jak np. *równość* czy *solidarność* i krótko komentuje bądź szerzej omawia ją w danym kontekście. Nazwa każdej z wartości może zostać wymieniona kilkakrotnie. Oprócz osoby, która nazwała ją bezpośrednio, wartość ta może być wspomniana także przez innych uczestników rozmowy.

Wartości prezentowane w sposób pośredni to natomiast te, o których mówi się w programie opisując je, jednak nie podając bezpośrednio ich nazwy. Przykładowo, osoba zabierająca głos, może opisywać działania mające na celu zjednoczenie kobiet w celu promowania i wspierania przez nie danej inicjatywy. W programie mówi się o zjednoczeniu, wspólnocie lub współodpowiedzialności, jednak nie pojawia się nazwa wartości, jaką jest *solidarność*. Odbiorca, który posiada własną ogólną wiedzę, niejako domyśla się lub wnioskuje z przekazywanego w programie opisu, o której wartości jest mowa. Interpretacja ta – co dla interpretacji samej w sobie jest cechą charakterystyczną – może jednak prowadzić do nieco innych wniosków u każdego z odbiorców. W dużej mierze zależy to, po pierwsze, od wiedzy lub wykształcenia samego odbiorcy, a po drugie, od sposobu w jaki osoby zabierające głos omawiają daną wartość. Niektóre opisy są jednoznaczne, inne mogą prowadzić do mniejszych lub większych dywagacji na ich temat.

Porównując więc zaproponowany przeze mnie podział z typologią wartości Jadwigi Puzyniny, można zauważyć między nimi cechy wspólne. Wartości deklarowane według Jadwigi Puzyniny, odpowiadają wartościom przekazanym w sposób bezpośredni. W obu tych typach wartości zostają nazwane przez nadawcę komunikatu. Wartości określone przez autorkę *Języka wartości* jako uznawane i odczuwane odpowiadają natomiast wartościom omawianym w sposób pośredni. Wartości uznawane oraz odczuwane, tak jak te opisywane w sposób pośredni, nie przejawiają się w wypowiedziach poprzez podanie ich nazwy, a poprzez wyszczególnienie ich cech, które może objawiać się w sposób

językowy lub pozajęzykowy. Pomimo więc, że nazwa wartości nie jest podana przez nadawcę komunikatu, opisuje on daną wartość za pomocą łączonych z nią definicji, przykładów lub różnego rodzaju nawiązań. Mogą być one dodatkowo wzbogacone o pojawiające się w przekazie elementy poza- lub parajęzykowe, co pomaga w zrozumieniu lub naprowadzeniu na to, o której wartości mowa.

4.2. Analiza wybranych odcinków *Today*, *Morgonstudion* oraz *Nyhetsmorgon* pod względem sposobu prezentowania w nich wartości

Niniejszy podrozdział zawiera analizę dziesięciu tematów, z których każdy opisany został z uwzględnieniem następujących pytań badawczych:

- Jaki problem społeczny poruszany jest w danym odcinku programu?
- Kto zabiera głos przy omawianiu tematu w odcinku?
- Czy informacje o temacie przekazywane są w sposób obiektywny czy subiektywny, a także emocjonalny czy nieemocjonalny?
- W jaki sposób zabierający głos zwraca się do odbiorcy? Czy w wypowiedziach wykorzystuje się język potoczny, neutralny, czy formalny, a może *stricte* naukowy?
- Czy temat ujęty jest w sposób lokalny czy też uniwersalny?
- Jak nazywa się i określa wartości, o których mowa w danym odcinku? Jakie wartości i antywartości pojawiają się w wypowiedziach prowadzących i zaproszonych do programu gości?
- Jakie środki obrazowe stosuje się w danym programie porannym? Jaką relację tworzą w nich słowo i obraz?

Odpowiedzi na powyższe pytania zawarte są zarówno osobno w analizie sposobu prezentacji każdego tematu w trzech programach, jak i zbiorczo w podsumowującym dany wątek komentarzu.

Temat nr 1: „Coolest Monkey in the Jungle” – reklama szwedzkiej sieci odzieżowej H&M

Daty emisji odcinków:

Today: 09.01.2018

Morgonstudion: 09.01.2018

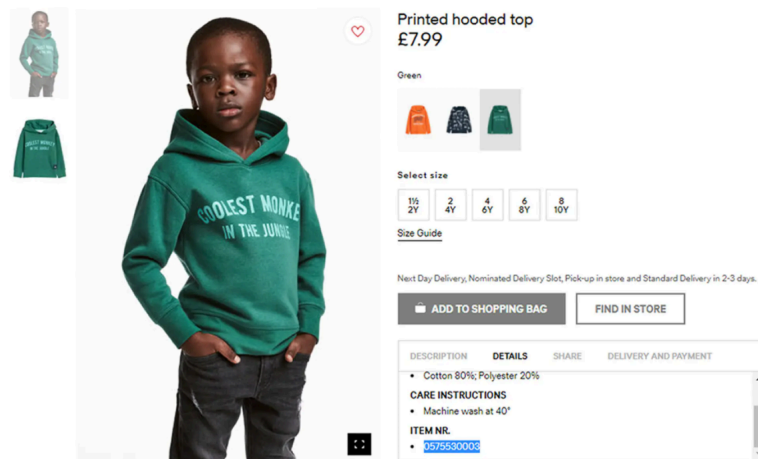
Nyhetsmorgon: 13.01.2018, 14.01.2018

Streszczenie głównych wątków:

Jednym z tematów podjętych w styczniu 2018 roku przez każdy z wybranych przeze mnie programów, były kontrowersje związane z reklamą szwedzkiej marki odzieżowej H&M. Przytoczenie kontekstu w szczegółowej formie jest ważne, ponieważ dotyczy on zarówno samej reklamy, jak i dotyczącego jej odzewu społeczeństwa oraz szwedzkiej firmy. Reklama nowej kolekcji ubrań dla dzieci prezentowała ciemnoskórego chłopca, ubranego w bluzę z napisem „Coolest Monkey in the Jungle” (il. 2). Zaraz po opublikowaniu na oficjalnej stronie H&M tego zdjęcia reklama wywołała burzę medialną. Skandal związany był z widocznym dla odbiorców reklamy rasistowskim podtekstem, potęgowanym dodatkowo przez fakt, że w reklamie wystąpiło dziecko. Co więcej, H&M to firma, której rodzime państwo – Szwecja – z założenia hołduje takim wartościom jak równość czy szacunek⁴⁶³.

⁴⁶³ *The H&M Way*, https://about.hm.com/content/dam/hmgroup/groupsite/documents/pl/hm-way/HM%20Way_pl.pdf [dostęp: 20.02.2022].

Ilustracja nr 2
Reklama bluzy dziecięcej z napisem „Coolest Monkey in the Jungle”
zamieszczonej na stronie internetowej H&M



The image was later removed from H&M's website. H&M, via Associated Press

Źródło: <https://www.nytimes.com/2018/01/08/business/hm-monkey.html>
[dostęp: 10.01.2020].

Niedługo po opublikowaniu reklama wywołała duży odzew wśród odbiorców i w przeciągu kilku godzin od premiery w internecie stała się wiralem⁴⁶⁴ na portalach społecznościowych. Reklamę, wraz z krytycznym komentarzem, umieszczali na swoich profilach internetowych także piosenkarze, sportowcy, czy też aktorzy współpracujący ze szwedzką marką na co dzień. Już następnego dnia po opublikowaniu reklamy przez firmę H&M, zadeklarowali oni rezygnację z dalszej współpracy.

Jednym z artystów, który skomentował to wydarzenie na swoim profilu na portalu Twitter był The Weeknd – jeden z najpopularniejszych obecnie wokalistów muzyki pop w Stanach Zjednoczonych i Europie. Wyrażając swoje oburzenie wokalista napisał: „woke up this morning shocked and embarrassed by this photo. i'm deeply offended and will not be working with @hm anymore...”⁴⁶⁵. The Weeknd współpracował z siecią H&M przy tworzeniu sygnowanej jego imieniem kolekcji ubrań „XO”, a także jako

⁴⁶⁴ Viral, też: wiral – (ang. *viral*) najczęściej śmieszna, szokująca czy też ciekawa treść w formie zdjęcia, sloganu lub krótkiego wideo, która bardzo szybko rozprzestrzenia się w internecie, poprzez udostępnianie jej przez licznych użytkowników.

⁴⁶⁵ „Obudziłem się dziś rano zszokowany i zażenowany tym zdjęciem. Czuję się głęboko urażony i nie będę już więcej współpracował z @hm...” (tłum. WM), <https://twitter.com/theweeknd/status/950447182829699072/photo/1> [dostęp: 10.01.2020].

model w kampaniach reklamowych. Ze względu na wyżej opisaną reklamę, artysta zrezygnował z dalszej współpracy z firmą⁴⁶⁶.

W podobnym czasie amerykański raper G-Eazy, którego albumy od kilku lat znajdują się na pierwszych miejscach amerykańskich list przebojów, również współpracował z siecią H&M przy swojej nowej kolekcji ubrań. Pomimo że linia odzieżowa miała być dostępna w sprzedaży już od marca 2018 roku, do współpracy ostatecznie nie doszło ze względu na fakt, że podobnie jak The Weeknd, tak też G-Eazy zrezygnował ze współpracy z H&M po ukazaniu się styczniowej reklamy.

G-Eazy na swoim profilu w serwisie społecznościowym Instagram napisał:

Over the past months I was genuinely excited about launching my upcoming line and collaboration with @HM... Unfortunately, after seeing, the disturbing image yesterday, my excitement over our global campaign quickly evaporated, and I've decided at this time our partnership needs to end. Whether an oblivious oversight or not, it's truly sad and disturbing that in 2018, something so radically and culturally insensitive could pass by the eyes of so many (stylist, photographer, creative and marketing teams) and be deemed acceptable. I can't allow for my name and brand to be associated with a company that could let this happen. I hope that this situation will serve as the wake up call that H&M and other companies need to get on track and become racially and culturally aware, as well as more diverse at every level⁴⁶⁷.

Ze względu na to, że obaj artyści publicznie wyrazili swoje negatywne zdanie na temat omawianej reklamy i zrezygnowali ze współpracy z H&M, a także na to, że samo zdjęcie chłopca w bluzie z napisem „Coolest Monkey in the Jungle” stało się wiralem w przeciągu kilku godzin po jego opublikowaniu, szwedzka marka nie straciła jedynie dwóch nowych kolekcji swoich ubrań, ale przede wszystkim tysiące klientów, będących fanami wspomnianych wyżej artystów. Fani muzyków z różnych części świata zaczęli

⁴⁶⁶ W. Metlenga, *Konstruktionen...*, op. cit., s. 49-51.

⁴⁶⁷ „W ciągu ostatnich miesięcy byłem naprawdę podekscytowany wprowadzeniem na rynek mojej nadchodzącej linii i współpracą z @HM... Niestety, po zobaczeniu wczoraj niepokojącego zdjęcia, moje podekscytowanie naszą globalną kampanią szybko wyparowało i zdecydowałem, że nasze partnerstwo musi się w obecnym czasie zakończyć. Niezależnie od tego, czy jest to nieświadome niedopatrzenie, czy nie, to naprawdę smutne i niepokojące, że w 2018 roku coś tak radykalnie i kulturowo bezdusznego może umknąć uwadze tak wielu (stylisty, fotografa, zespołów kreatywnych i marketingowych) i zostać uznane za dopuszczalne. Nie mogę pozwolić, aby moje nazwisko i marka były kojarzone z firmą, która mogłaby do tego dopuścić. Mam nadzieję, że ta sytuacja będzie dzwonkiem alarmowym, dzięki któremu H&M i inne firmy będą musiały wkroczyć na właściwe tory i stać się świadomymi rasowo i kulturowo, a także bardziej zróżnicowanymi na każdym poziomie” (tłum. WM).

rozpowszechniać reklamę w sieci, wyrażając w stosunku do niej swoje negatywne opinie, podobne do tych zamieszczonych przez samych artystów⁴⁶⁸.

W odpowiedzi na komentarze klientów, mediów i współpracowników, na oficjalnej stronie H&M 9 stycznia 2018 roku pojawiły się przeprosiny oraz próba wyjaśnienia sytuacji ze strony szwedzkiej marki:

To all customers, staff, media, stakeholders, partners, suppliers, friends and critics. We would like to put on record our position in relation to the image and promotion of children's sweater, and the ensuing response and criticism. Our position is simple and unequivocal – we have got this wrong and we are deeply sorry. (...) Racism and bias in any shape or form, conscious or unconscious, deliberate or accidental, we simply unacceptable and need to be eradicated from society. In this instance we have not been sensitive enough to this agenda. Please accept our humble apologies⁴⁶⁹.

Prezentacja tematu przez *Today*:

W programie *Today* zaprezentowano wyżej wymieniony temat 9 stycznia 2018 roku, czyli praktycznie przy pierwszej możliwej okazji zaraz po fali krytyki w mediach rozpoczętej kilkanaście godzin wcześniej. Amerykańska prezenterka Savannah Guthrie zaczęła omawianie skandalu od przedstawienia przeprosin firmy H&M, prezentując także opinie znanych Amerykanów, którzy wypowiedzieli się w tej sprawie w sieci⁴⁷⁰. W programie zawarto krytyczne internetowe wypowiedzi m.in. LeBrona Jamesa – koszykarza NBA, wspomnianego powyżej wokalisty The Weeknd, czy amerykańskiego rapera Snoop Dogga. James odniósł się do reklamy przypominając wciąż obecny negatywny stosunek do Afroamerykanów w Stanach Zjednoczonych oraz publikując

⁴⁶⁸ Zob. S. Linning, A. Gordon, *Critics call for boycott of H&M over advert for 'coolest monkey in the jungle' child's hoodie featuring a black model*, <https://www.dailymail.co.uk/news/article-5245887/Critics-call-boycott-H-M-racist-advert.html> [dostęp: 10.01.2020].

⁴⁶⁹ “Do wszystkich klientów, pracowników, mediów, udziałowców, dostawców, przyjaciół i krytyków: chcielibyśmy ogłosić nasze stanowisko w odniesieniu do wizerunku i promocji bluzy dziecięcej oraz wynikającej z tego reakcji oraz krytyki. Nasze stanowisko jest jednoznaczne – popełniliśmy błąd i jest nam bardzo przykro. (...) Rasizm oraz uprzedzenia w jakiegokolwiek formie, świadome lub nieświadome, celowe lub przypadkowe, są nieakceptowalne i muszą zostać wykorzenione ze społeczeństwa. W tym wypadku nie byliśmy wystarczająco uważni. Przyjmijcie proszę nasze pokorne przeprosiny” (tłum. WM).

⁴⁷⁰ *Jan 9th 2018*, <https://archives.nbclearn.com/portal/site/k-12/browse/?cuecard=114157> [dostęp: 10.01.2020].

zmienione zdjęcie chłopca z reklamy – w koronie i z niewidocznym napisem na bluzie (il. 3)⁴⁷¹. Słowo i obraz tworzą tutaj relację nierozzerwalną.

Ilustracja nr 3
Wyemitowane w *Today* zdjęcie oraz komentarz zamieszczone przez LeBrona Jamesa na jego profilu w serwisie Instagram



Źródło: Jan 9th 2018, <https://archives.nbclearn.com/portal/site/k-12/browse/?cuecard=114157> [dostęp: 10.01.2020].

Wydarzenie relacjonował na żywo także reporter Gabe Gutierrez, znajdujący się przed jednym z butików H&M w Atlancie, który podkreślił, że pomimo faktu, iż ze strony internetowej H&M w przeciągu kilku godzin zniknęło zdjęcie chłopca, bluza z napisem „Coolest Monkey in the Jungle” wciąż jest na niej dostępna w sprzedaży. Gutierrez zaznaczył, że skandal wywołał falę krytyki wśród użytkowników portali społecznościowych, którzy niejednokrotnie opisywali incydent jako „jawny”, czy też „rażący rasizm” (ang. *blatant racism*) (il. 4)⁴⁷².

⁴⁷¹ S. Stump, *H&M apologizes following outrage over 'monkey' sweatshirt ad seen as racist*, <https://www.today.com/style/h-m-apologizes-following-outrage-over-monkey-sweatshirt-ad-seen-t120979> [dostęp: 10.01.2020].

⁴⁷² Jan 9th 2018, <https://archives.nbclearn.com/portal/site/k-12/browse/?cuecard=114157> [dostęp: 10.01.2020].

Ilustracja nr 4
Hasła na ekranie: *JAWNY RASIZM*
Oburzenie z powodu bluzy „Małpki” z H&M
Firma przeprosza za wizerunek z ciemnoskórym dzieckiem (tłum. WM)



Źródło: Jan 9th 2018, <https://archives.nbcblearn.com/portal/site/k-12/browse/?cuecard=114157>
[dostęp: 10.01.2020].

Dodatkowo, na koniec rozważań nad tematem, w porannym programie *Today* przypomniano, że obraźliwe ze względu na kontekst wizerunki lub napisy na ubraniach znanych światowych marek widoczne były w historii już niejednokrotnie. Niektóre zawierały jawnie negatywny przekaz, inne być może ukryty lub wprowadzony nieświadomie. Za każdym razem produkty te wywoływały jednak poruszenie wśród odbiorców, rozpoczynając dyskusję na temat pożądaných w społeczeństwie wartości.

Odpowiadając na zadane wcześniej pytania badawcze należy zaznaczyć, że problemem społecznym poruszonym w omawianym odcinku jest rasizm przejawiający się w zachowaniach korporacji. Wartością, do której nawiązano w programie, jest zatem równość, a antywartością jej brak – w wypadku omawianego tematu – przejawiający się jako rasizm.

Przy omawianiu tematu w *The Today Show* osoby zabierające głos to zarówno prezenterzy programu, jak i reporter łączący się z nimi spoza studia. Przytoczone zostały także najnowsze wypowiedzi znanych wokalistów i sportowców, co poszerzyło liczbę opinii na omawiany temat, a także zmniejszyło ich lokalność. Temat został więc ujęty w sposób uniwersalny. Informacje zostały przekazane obiektywnie, jednak sam wydzźwięk był nieco emocjonalny, co mogło wynikać ze zdziwienia faktem zaistnienia takiej sytuacji

w obecnych czasach w tak jawny sposób, pomimo wieloletniej walki z rasizmem na świecie. Uwagę zwraca używanie pierwszej osoby liczny mnogiej. Przykładowo, wypowiedź LeBrona Jamesa zaczyna się od słów: „@hm got us all wrong! And we ain't going for it!” („@hm zachowało się nie w porządku w stosunku do nas wszystkich i nie popieramy tego!” – tłum. WM). Wykorzystanie „my” inkluzywnego mogło zwrócić uwagę odbiorców, którzy dzięki temu zabiegowi zostali niejako mimowolnie włączeni do dyskusji. W rezultacie, widz mógł poczuć się jako bardziej czynny niż bierny odbiorca. W wypowiedziach użyto najczęściej języka potocznego, a przynajmniej neutralnego, co jeszcze bardziej wpłynęło na nawiązanie kontaktu z odbiorcami.

Odniesienia odnoszące się do wartości pojawiły się w wypowiedziach prowadzących nie w sposób bezpośredni, a głównie poprzez kontrastowanie ich z ukazywaną na ich tle antywartością. Prowadzący jak i goście podkreślili, że rasizm powinien być zwalczany za każdym razem, gdy przejawia się w mediach jak i życiu codziennym⁴⁷³. Co więcej, samo słowo *rasizm* pojawiło się także na ekranie, przez co nawiązanie do nierówności stało się jeszcze bardziej widoczne. Wartością, o którą powinno się zabiegać, jest zatem według tych wypowiedzi równość, jednak podkreślone zostało to w programie nie przy użyciu samej nazwy wartości, lecz wspomnianego kontrastu. Wartość ta została więc przekazana widzom w sposób pośredni.

Środki obrazowe zastosowane w programie to głównie wyświetlane na ekranie wypowiedzi osób nie będących w studiu, a także zdjęcie chłopca w bluzie firmy H&M, które oryginalnie można było znaleźć na stronie internetowej sklepu. Słowo i obraz tworzą w programie w tym wypadku relację nierozzerwalną. Poprzez połączenie obrazu z pojawiającym się na ekranie tekstem, pełniącym rolę tła dla dziennikarzy odczytujących oraz komentujących wypowiedzi celebrytów, przekaz kierowany do widzów stał się bardziej czytelny i bezpośredni.

Prezentacja tematu przez *Morgonstudion*:

W programie *Morgonstudion* 9 stycznia 2018 roku, temat dotyczący firmy H&M próbowano zaprezentować jak najbardziej obiektywnie, przedstawiając główne fakty

⁴⁷³ Ibidem.

dotyczące skandalu. Na twarzach reporterów omawiających wydarzenie widać jednak zażenowanie. Dziennikarze wydawali się zaszokowani zaistniałą sytuacją i nie znajdując odpowiedniego komentarza, przeszli do omawiania kolejnego tematu z segmentu poświęconego kulturze, przez co skandal ten został przez nich jedynie wspomniany i opisany w formie skrótowej⁴⁷⁴. Odczucia te niewątpliwie mogły mieć związek z faktem, że H&M jest szwedzką, a więc rodzimą firmą dla prowadzących program. Co więcej, Szwecja nie tylko utożsamiana jest na co dzień z takimi wartościami jak równość, tolerancja i szacunek, ale przede wszystkim także mocno je promuje. Dzieje się tak zarówno w szkołach na każdym poziomie nauczania, jak i w miejscach pracy, ale także przy okazji różnorodnych festiwali, warsztatów czy też innych wydarzeń społeczno-kulturalnych. Oprócz zaprezentowania przez reporterów przeprosin H&M opublikowanych na oficjalnej stronie sklepu, dziennikarze nie mieli żadnych innych argumentów mogących w jakikolwiek sposób usprawiedliwić lub postawić w nieco bardziej pozytywnym świetle szwedzki koncern⁴⁷⁵. Tym samym, nawet w relatywnie obiektywnym przedstawieniu całego wydarzenia przez *Morgonstudion*, widać są negatywny wydźwięk i krytyka, które wyniknęły z ewidentnego błędu popełnionego w reklamie firmy H&M.

Pomimo swojej ważności, temat ten nie został bardziej rozwinięty przez szwedzką publiczną telewizję poranną. Dotycząca bezpośrednio obrazu Szwecji na świecie, jedna z najważniejszych informacji dnia, została jedynie zaakcentowana i wyjaśniona na początku programu. Pomimo faktu, iż Szwecja znana jest na świecie z kampanii czy akcji dotyczących równości i walczących przeciw rasizmowi⁴⁷⁶, do studia nie zostali zaproszeni eksperci lub inni goście, którzy mogliby wypowiedzieć swoje zdanie na ten temat. Sprawa, pomimo jej bezpośredniego związku ze Szwecją, została przyćmiona w odcinku innymi tematami dotyczącymi chociażby polityki zagranicznej, a w tym m.in. rozmów w sprawie porozumień pomiędzy Koreą Południową i Północną, czy też wiadomościami sportowymi, nawiązującymi głównie do XXIII Zimowych Igrzysk Olimpijskich⁴⁷⁷.

⁴⁷⁴ *Tis 09 jan 6:00*, <https://www.svtplay.se/video/16935682/morgonstudion/morgonstudion-09-jan-06-00?start=auto&tab=2018> [15.01.2018].

⁴⁷⁵ W. Metlenga, *Konstruktionen...*, s. 52.

⁴⁷⁶ Zob. np. *Ljus aktion av "Tillsammans mot rasism"*, <https://www.youtube.com/watch?v=yS8e3pWlQNs> [dostęp: 20.01.2018].

⁴⁷⁷ *Ibidem*.

Wartość, o której mowa w odcinku, to równość, która, choć nie bezpośrednio, zostaje przekazana widzom za pomocą kontrastu z antywartością, jaką jest nierówność – w tym wypadku kulturowo-rasowa, a więc dotycząca koloru skóry. Antywartość ta także nie została jednak nazwana bezpośrednio – nawiązano do niej poprzez wyświetlenie na ekranie reklamy ukazującej napis na bluzie dziecięcej oraz omówienie i skomentowanie (głównie za pomocą tonu głosu, mimiki czy gestów) łączącego się z nią rasistowskiego podtekstu.

Osoby zabierające głos w odcinku to jedynie prowadzący, ponieważ goście tacy jak zewnętrzni reporterzy, czy też eksperci nie zostali zaproszeni do studia na rozmowę na powyższy temat. Prezenterzy przekazywali informacje językiem formalnym w sposób obiektywny, jednak pomimo próby ukrycia zażenowania sytuacją, wydźwięk wypowiedzi był niekiedy emocjonalny. Widoczne było to zarówno w języku, np. poprzez częste dłuższe pauzy sugerujące zdziwienie, zszokowanie lub wstyd, jak i na obrazie. Na twarzach prowadzących pojawiała się mimika bezpośrednio świadcząca o znalezieniu się w niekomfortowej sytuacji, co można łączyć z faktem, iż H&M jest szwedzką, a więc rodzimą marką dziennikarzy. Poprzez nawiązania do aktualności omawianego problemu na świecie, temat został ujęty w sposób uniwersalny, jednak bezpośrednio nawiązania do Szwecji mogły skupiać uwagę także na jego wadze w lokalnym społeczeństwie.

Ilustracja nr 5

Hasła na ekranie: *Krytyka wizerunku marketingowego giganta odzieżowego*
The Weeknd zrywa z H&M (tłum. WM)



Źródło: *Tis 09 jan 6:00*, <https://www.svtplay.se/video/16935682/morgonstudion/morgonstudion-09-jan-06-00?start=auto&tab=2018> [15.01.2018].

Środki obrazowe stosowane w odcinku zostały ograniczone do niezbędnego minimum – pokazano jedynie omawiane zdjęcie reklamujące produkt H&M i logo firmy oraz odczytano przeprosiny zamieszczone na stronie internetowej sklepu. Pasek informacyjny opatrzone zdjęciem artysty The Weeknd oraz informacją o zakończeniu jego współpracy ze szwedzką marką (il. 5). Relacja słowa z obrazem w tym wypadku nie jest więc równorzędna. Nowa specyfika programu (po zmianie nazwy, treści oraz scenografii w 2017 roku) zakłada przewagę informacji samej w sobie nad stroną wizualną, a więc wszelkiego rodzaju dodatkami mogącymi pojawiać się w studiu lub na ekranie. Scenografia studia nie jest zbliżona do typowego wystroju pomieszczeń używanych przez telewizję śniadaniową. Studio przypomina to przeznaczone dla wiadomości wieczornych, aby – w założeniu – widz mógł bardziej skupić się na przekazywanych przez prowadzących informacjach⁴⁷⁸.

Prezentacja tematu przez *Nyhetsmorgon*:

W odcinku *Nyhetsmorgon* z 9 stycznia 2018 roku skandal związany z reklamą firmy H&M w ogóle nie został wspomniany. Informacja o tym bezpośrednio powiązanym ze Szwecją wydarzeniu pojawiła się tego dnia dopiero w wieczornych wiadomościach *Nyheterna*, a na odzew ze strony porannego programu trzeba było poczekać cztery dni. Dyskusję w studiu na temat zaistniałej sytuacji powiązanej ze szwedzką marką podjęto zatem dopiero 13 stycznia 2018 roku. Jak podkreślili prowadzący program reporterzy, Soraya Hashim oraz Jesper Börjesson, firma H&M ma na celu jedynie sprzedaż produktów, nie zaś łączenie swojej marki z polityką⁴⁷⁹. Jednakże z powodu tworzenia wizerunków, takich jak ten w omawianej reklamie, nie powinno nikogo dziwić, że część społeczeństwa oburzy się, zauważywszy brak podstawowej wiedzy historyczno-kulturowej jej autorów. W rezultacie, cel H&M, a więc sprzedaż ubrań, najpewniej nie

⁴⁷⁸ M. Färlin, *Efter kritiken: Morgonstudion i SVT ändras*, <https://www.resume.se/kommunikation/media/efter-kritiken-morgonstudion-i-svt-andras/> [dostęp: 15.01.2018].

⁴⁷⁹ *Nyhetsmorgon*, *H&M får skylla sig själva när folk blir rasande*, <https://www.tv4.se/klipp/va/3951743/h-m-far-skylla-sig-sjalva-nar-folk-blir-rasande> [dostęp: 15.01.2018].

zostanie zatem osiągnięty, zwłaszcza że, jak zaznaczył Jesper Börjesson, niedługo po opublikowaniu reklama omawianej bluzy dziecięcej została usunięta ze strony internetowej sklepu⁴⁸⁰. Jak zauważyła Soraya Hashim, rasistowskie komentarze i porównania ciemnoskórych ludzi do małp zdarzały się w historii niejednokrotnie, nie tylko w świecie pozamedialnym, ale także w wypadku znanych osobistości, w tym m.in. celebrytów czy sportowców⁴⁸¹. Podkreśliła także, że nie jest to jednak stary i dawno zapomniany temat, ponieważ walka przeciwko rasistowskim zachowaniom trwa także w obecnych czasach⁴⁸².

Pomimo próby zachowania obiektywizmu wypowiedzi, reporterzy kilkakrotnie wyrazili swoje subiektywne opinie zarówno poprzez słowa, jak i mimikę. Jesper Börjesson zaznaczył, że po ukazaniu się reklamy i fali krytyki ze strony społeczeństwa, pewna jego część przyznała, że krytyka ta może być efektem nadwrażliwości⁴⁸³. Reporterka Soraya Hashim nie kryła zdumienia i podkreśliła brak kompetencji twórców omawianej reklamy, którzy nie skojarzyli historycznych faktów odnoszących się do prześladowań czarnoskórych na przestrzeni wieków⁴⁸⁴. W odpowiedzi na przytoczenie przez prezentera informacji o tym, że część społeczeństwa uważa, że ludzie mogą być nieco nadwrażliwi jednoznacznie negatywnie oceniając reklamę, reporterka odpowiedziała: *Det kan man ju få tycka om man vill...* („Każdy może uważać co chce...” – tłum. WM), po czym prezenter dopowiedział: *Men det tycker inte du...* („Ale ty tak nie uważasz...” – tłum. WM)⁴⁸⁵. Potwierdza to subiektywizm prezentowanych w odcinku wypowiedzi.

Podobnie jak w wypadku prezentacji tematu w programie *Today*, tak i w *Nyhetsmorgon*, pod koniec dyskusji reporterzy przytoczyli znane z historii przykłady innych reklam o rasistowskim lub seksistowskim zabarwieniu i podkreślili, że nie są one ani pożądaną, ani efektywną dźwignią handlu⁴⁸⁶. Niemniej jednak, co jakiś czas reklamy te powracają i wywołują debaty na temat potrzeby propagowania pozytywnych wartości w społeczeństwie.

⁴⁸⁰ W. Metlenga, *Konstruktionen...*, s. 52.

⁴⁸¹ *H&M får skylla sig själva när folk blir rasande*, <https://www.tv4.se/nyhetsmorgon/klipp/hm-p%C3%A5r-skylla-sig-sj%C3%A4r-folk-blir-rasande-3951743> [15.01.2018].

⁴⁸² Ibidem.

⁴⁸³ Ibidem.

⁴⁸⁴ Ibidem.

⁴⁸⁵ Ibidem.

⁴⁸⁶ Ibidem.

Podsumowując, problemem społecznym poruszonym w odcinku *Nyhetsmorgon* jest rasizm. W programie przybliżono, jak problem ten wygląda obecnie zarówno ogólnie na świecie, jak i lokalnie w samej Szwecji. Ze względu na odniesienia do przykładów podobnych zachowań nie tylko w rodzimym kraju dziennikarzy, ale i na świecie, temat ujęto w sposób uniwersalny. Osoby, które zabrały głos w odcinku, to dziennikarze TV4 – prowadzący *Nyhetsmorgon* oraz współpracująca z programem reporterka, która przedstawiła szczegóły zdarzenia. Do studia nie zostali zaproszeni inni goście czy eksperci, którzy mogliby dodać własne opinie do podjętej w odcinku dyskusji. W rozmowie pomiędzy prowadzącym a reporterką wykorzystano język potoczny, uzupełniany niejednokrotnie o własne opinie dziennikarzy. Informacje o danym temacie wyrażane były więc w sposób, który można określić jako subiektywny i emocjonalny. Przykładowo, w rozmowie zostały użyte zwroty takie jak *enligt mig* („według mnie”) czy *enligt dig* („według ciebie”)⁴⁸⁷. Sama mimika dziennikarzy, w tym zwłaszcza Sorayi Hashim, także wyrażała ich stanowisko, które jawnie obrazowało sprzeciw wobec wizerunku stworzonego przez H&M oraz niezgodę z opinią wspomnianej przez Jespera Börjessona części społeczeństwa, uważającej osoby wyrażające krytyczne opinie na temat reklamy za nadwrażliwe (il. 6).

Równość oraz nierówność, odnosząca się w tym wypadku do rasizmu, to odpowiednio wartość i antywartość, o których mowa w opisywanym odcinku. Nie zostały one jednak bezpośrednio nazwane przez prowadzących, a jedynie pośrednio opisane. Dziennikarze podkreślili, że reklama jest ofensywna i obraża wiele osób oraz przytoczyli skrótową historię znanych rasistowskich zachowań widocznych na przestrzeni lat, kiedy problem ten nie dotyczył jedynie nieznanymi osobami, ale także m.in. sportowców, w tym chociażby ciemnoskórych piłkarzy publicznie wyzywanych lub porównywanych do małp⁴⁸⁸. Pomimo próby zachowania obiektywizmu, można było zauważyć jawną niezgodę dziennikarzy TV4 na promowany przez H&M przekaz.

⁴⁸⁷ Ibidem.

⁴⁸⁸ Ibidem.

Ilustracja nr 6
Reakcja Sorayi Hashim na reklamę H&M
Hasło na ekranie: *Błędy reklamowe H&M i PR-owe niepowodzenia* (tłum. WM)



Źródło: *H&M får skylla sig själva när folk blir rasande*, <https://www.tv4.se/klipp/va/3951743/h-m-far-skylla-sig-sjalva-nar-folk-blir-rasande> [dostęp: 15.01.2018].

Środki obrazowe wykorzystane w programie to jedynie wyświetlane i później komentowane przez dziennikarzy zdjęcia omawianych reklam na znajdującym się obok nich ekranie studyjnym. Dodatkowe zdjęcia czy filmy nie były emitowane bezpośrednio dla widzów na ekranie. Jedynym z wyświetlanych w studiu zdjęć, ściśle dotyczącym tematu związanego ze skandalem H&M, była fotografia chłopca w opisywanej bluzie z oryginalnej strony internetowej sklepu. U dołu ekranu wyświetlono także standardowy pasek informujący o omawianym aktualnie temacie. Dzięki temu, że elementy wizualne stanowiły niejako tło do omawianego tematu, widz mógł bardziej skupić uwagę na informacjach przekazywanych ustnie przez dziennikarzy.

Wartości prezentowane w ramach odcinków:

Wartością, która pojawiła się w omawianych przekazach medialnych w każdym z trzech wybranych do analizy programów, jest równość. Kontrastuje ona z nierównością – a w tym wypadku konkretnie z rasizmem – a więc antywartością, która również została zaznaczona w trakcie każdego z odcinków. Dzięki temu kontrastowi, przekaz i

negatywny wydźwięk omawianej reklamy, stał się jeszcze wyraźniejszy dla odbiorcy. W programach skupiono się głównie na wciąż występującym problemie braku równości w Stanach Zjednoczonych oraz Szwecji, ponieważ społeczeństwa obu tych krajów są w dużym stopniu wielokulturowe. Wielokulturowość przejawia się w nich nie tylko jako różnica pod względem narodowości, wyznawanej religii czy języka ojczystego, ale również dotyczy koloru skóry mieszkańców obu państw. W każdym z programów zwrócono uwagę na wspomniany problem zarówno w kontekście własnego kraju, jak i ciągłego występowania zjawiska nierówności na świecie. Za każdym razem problem przedstawiono zatem uniwersalnie, zaznaczając jednak także jego lokalny – a więc odpowiednio amerykański i szwedzki – wymiar.

W każdym z programów wartość, jaką jest równość, przedstawiono widzom pośrednio, a więc bez wymieniania jej nazwy w odcinku. Każdorazowo została ona uwypuklona dzięki skonstruowaniu jej z omawianą w tym samym czasie antywartością, jaką jest nierówność. W wypadku wybranego tematu nierówność ta dotyczy rasizmu, jednak sama jego nazwa padła jedynie w amerykańskim programie *Today*. W *Today* kontrast ten został zaznaczony zatem najwyraźniej, dzięki czemu przekaz kierowany do widzów stał się bardzo czytelny i jednoznaczny. W szwedzkich *Morgonstudion* oraz *Nyhetsmorgon* antywartość omówiono w sposób pośredni, poprzez zaprezentowanie widzom wizerunku stworzonego w reklamie H&M oraz krytyczne odniesienie się do niego – w *Morgonstudion* poprzez mimikę i ton głosu, wskazujące na wstyd i zakłopotanie, w *Nyhetsmorgon* zaś poprzez subiektywną negatywną ocenę reklamy przez dziennikarzy.

Język użyty w każdym z trzech programów można określić jako głównie neutralny, niekiedy potoczny. Przekaz dotyczący wartości prezentowany we wszystkich wybranych do analizy odcinkach miał zatem możliwość trafić do szerokiej grupy odbiorców. Co więcej, pomimo że temat za każdym razem omawiano poprzez nawiązanie do lokalnego charakteru sprawy, to jednak ważnym aspektem jest także zwrócenie uwagi na próbę podkreślenia w odcinkach wspomnianej powyżej uniwersalności problemu. Widoczne to było zwłaszcza w wypadku programu *Today*, jednak zarówno dziennikarze *Morgonstudion*, jak i *Nyhetsmorgon* także zauważali globalny wymiar sprawy. Dodatkowo, nie stronili również od wyrażania własnych opinii, dzięki czemu podkreślona została ważność tematu i jednoznacznie negatywny wydźwięk omawianej

reklamy. W każdej z telewizji pokazano omawiane zdjęcie chłopca oryginalnie znajdujące się na stronie internetowej H&M. Dzięki temu widzowie, którzy nie mieli okazji zobaczyć go wcześniej (po kilkunastu godzinach zostało ono usunięte przez administratorów strony), mogli również sami ocenić omawiany wizerunek. Połączenie słowa i obrazu najbardziej widoczne było w programie *Today*, gdzie omawiano także wypowiedzi celebrytów wyświetlane w tym samym czasie na ekranie. W *Morgonstudion* oraz *Nyhetsmorgon* postawiono głównie na ustny przekaz informacji, aby – w założeniu – widz mógł bardziej skupić się na omawianych treściach, a w tym także na prezentowanych widzom wartościach.

Komentarz:

Problemem społecznym poruszonym w opisanych powyżej odcinkach *Today*, *Morgonstudion* oraz *Nyhetsmorgon* jest walka przeciwko zachowaniom rasistowskim w jakiegokolwiek formie. Łączy się to ze wzmożeniem świadomości na temat wagi wartości jaką jest równość w społeczeństwie, zwłaszcza w wypadku wielokulturowych państw takich jak Szwecja oraz Stany Zjednoczone. W każdym z trzech programów śniadaniowych, temat związany z kontrowersyjną reklamą sieci H&M, został zaprezentowany jednoznacznie negatywnie z widoczną winą po stronie szwedzkiej firmy odzieżowej. Pomimo próby zachowania obiektywności przez wszystkich omawiających skandal reporterów, szczególnie wśród prowadzących *Morgonstudion* i *Nyhetsmorgon* można było zauważyć nie tylko krytyczne nastawienie – widoczne też wśród amerykańskich prezenterów – ale także zszokowanie i niekiedy zażenowanie spowodowane reklamą. Niewątpliwie miało to związek z faktem, iż dla szwedzkich dziennikarzy H&M to rodzima marka. W związku z tym, informacje w szwedzkich programach były przekazywane w sposób bardziej emocjonalny niż te w programie amerykańskim.

Osobami zabierającymi głos w każdym z trzech programów byli głównie ich prowadzący. Jednakże można zauważyć kilka różnic dotyczących tej kwestii w każdym z programów. W odróżnieniu od rozwiązań szwedzkich *Morgonstudion* i *Nyhetsmorgon*, gdzie zabierają głos jedynie prezenterzy oraz ewentualnie współpracujący z nimi

reporterzy, w amerykańskim programie *Today*, za pomocą odczytania wypowiedzi zamieszczonych w internecie, dano także głos celebrytom, którzy wyrazili swoje opinie na ten temat w sieci. Dodanie ich wypowiedzi do programu zmieniło sposób ujęcia tematu zwiększając jego uniwersalność, w przeciwieństwie do bardziej lokalnego podejścia widocznego w szwedzkich telewizjach.

Do programów nie zostali zaproszeni eksperci, w tym m.in. naukowcy, którzy mogliby wyrazić swoje opinie lub ogólny pogląd na omawianą sytuację. Język w wybranych do analizy odcinkach należy uznać za w większości potoczny, jednak różnice widoczne są w zaimkach stosowanych w programach. W *Today* położono duży nacisk na formułowanie wypowiedzi w pierwszej osobie liczby mnogiej po to, aby zwrócić uwagę widzów na uniwersalność omawianego problemu. Dzięki użyciu zaimka „my” widzowie mogli poczuć się niejako włączeni do rozważań prowadzonych w odcinku. W programie szwedzkiej telewizji publicznej, „my” inkluzywne nie zostało użyte, natomiast w wypadku jej komercyjnego odpowiednika można było usłyszeć zaimki pierwszej i drugiej osoby liczby pojedynczej sugerujące własne opinie dziennikarzy, np. „według mnie”, „(...) ale ty uważasz inaczej (...)”.

Jedną z różnic był także sam czas prezentacji omawianego wydarzenia. Zarówno w *Today*, jak i w *Morgonstudion*, temat przedstawiono w najbliższym możliwym odcinku po opublikowaniu kontrowersyjnej reklamy przez sieć H&M. W *Nyhetsmorgon* zaprezentowano temat dopiero po upływie kilku dni. W rezultacie, poprzez nagłaśnianie sprawy w mediach od chwili pojawienia się reklamy, a także przez omówienie tematu w innych programach, większość widzów *Nyhetsmorgon* miała okazję zapoznać się ze szczegółami dotyczącymi tego wydarzenia już kilka dni wcześniej. W związku z tym, nie można uznać, że omówiony w szwedzkiej komercyjnej stacji temat został przekazany widzom w kategorii *newsów*. To z kolei łączy się z utratą przez *Nyhetsmorgon* jednych z najważniejszych elementów przekazu medialnego – pierwszeństwa i aktualności informacji.

Określenia dotyczące wartości, jaką jest równość, pojawiły się w każdym z trzech programów w sposób pośredni. Nie przytoczono zatem samej nazwy wartości, a jedynie zaprezentowano ją poprzez nawiązania do problemów wielokulturowych, a w tym także wielorasowych społeczeństw. Równość została omówiona zatem m.in. za pomocą przykładów znanych z historii zachowań rasistowskich nawiązujących w swoim

podobieństwie do przekazu reklamowego zaprezentowanego przez H&M. Do antywartości, jaką jest nierówność, która w wypadku niniejszego tematu dotyczy rasizmu, nawiązano w każdym z programów. W *Today*, jako jedynym programie, zrobiono to w sposób bezpośredni. Nazwa antywartości została zarówno wypowiedziana przez amerykańskich prezenterów, jak i pojawiła się na ekranie w formie tekstowej. Wspomniana wartość oraz antywartość w każdym z odcinków zostały zaprezentowane odbiorcom w sposób czytelny, dzięki czemu w programach nie pozostawiono możliwości niedomówień lub niezrozumienia prezentowanego przekazu.

Środki obrazowe stosowane w programach nie przyćmiły wypowiedzi dziennikarzy, a jedynie uzupełniły je o niezbędny dla widzów komentarz w formie zdjęć omawianego wizerunku. Elementami wizualnymi stosowanymi przez omawiane programy były zdjęcia reklamy H&M zaprezentowane przez każdą z telewizji. Podczas emisji odcinka *Today* wyświetlono także widoczne bezpośrednio na ekranie wypowiedzi celebrytów, którzy wypowiedzieli się na omawiany temat w sieci. Standardowy pasek u dołu ekranu, który pojawia się w każdym z tych programów na co dzień, tym razem także spełniał swoją rolę poprzez informowanie widzów o podjętym do omówienia w danej chwili temacie. Dzięki temu, że środki obrazowe zostały ograniczone do niezbędnego minimum, każdy z widzów mógł jeszcze bardziej skupić swoją uwagę na wypowiedzianych przez dziennikarzy słowach, a w rezultacie lepiej zrozumieć przekazywane informacje.

Warto zwrócić uwagę także na to, że omawiany temat dowodzi zainteresowania konsumentów nie tylko jakością produktów danej marki, ale w dużej mierze również jej wizerunkiem prezentowanym przez media na świecie oraz łączącym się z nim wymiarem etycznym działalności każdej z firm⁴⁸⁹. To wartości, przekazywane m.in. podczas kampanii reklamowych, grają kluczową rolę przy ocenie, a co za tym idzie także przy wyborze i ostatecznym zakupie reklamowanych produktów. Konsument nie zgadzający się z polityką firmy i promowanymi przez nią wartościami, nie będzie chciał wspierać marki poprzez zakup jej produktów. Chociaż firma H&M najpewniej nie straci w przyszłości relatywnie wielu przychodów ze względu na niefortuną, omawianą tu reklamę, na pewno nie polepszy to też jej statystyk. Co więcej, sytuacja taka jak ta, być może jeszcze bardziej wyostrzy świadomość konsumentów na dostępne w sprzedaży

⁴⁸⁹ B. Goczał, *H&M po aferze z bluzą z napisem „Coolest Monkey In The Jungle” ma poważny problem wizerunkowy*, <https://www.wirtualnemedia.pl/arttykul/h-m-po-aferze-z-bluza-z-napisem-coolest-monkey-in-the-jungle-ma-powazny-problem-wizerunkowy> [dostęp: 15.01.2018].

produkty, a ich obserwacje – także te związane z reklamami prezentowanymi przez media – będą bardziej uważne i wnikliwe.

Firma H&M wydając oświadczenie z przeprosinami zaznaczyła, iż pomimo że rasistowski kontekst w reklamie bluzy z napisem „Coolest Monkey in the Jungle” nie był stworzony celowo, każde nawet niezamierzone, bierne lub wypadkowe zachowanie rasistowskie nie powinno mieć miejsca i musi zostać wykorzenione. Dodatkowo, niedługo po opisanym incydencie H&M zatrudniła Annie Wu, pierwszego na tym stanowisku menadżera i globalnego lidera do spraw różnorodności i integracji (ang. *manager and global leader for diversity and inclusiveness*). Decyzja ta podyktowana była świadomością marki dotyczącą tego, jak dużą odpowiedzialność ponosi ona za swoje działania⁴⁹⁰. Dzięki takiemu rozwiązaniu, nawiązania dotyczące wartości, niejednokrotnie ukryte w kampaniach reklamowych H&M, mają szansę być przekazywane odbiorcom, a zatem także klientom sklepu, w bardziej selektywny, a przez to jak najbardziej odpowiedni sposób.

⁴⁹⁰ Interview with Annie Wu, <https://hmgroup.com/news/interview-with-annie-wu/> [dostęp: 25.01.2020].

Temat nr 2: Ruch #MeToo

Daty emisji odcinków:

Today: 11.10.2018

Morgonstudion: 19.02.2018

Nyhetsmorgon: 21.05.2018, 25.05.2018

Streszczenie głównych wątków:

Hasztag „#MeToo” (zapisywany także: #metoo) zaczął pojawiać się w komentarzach i postach na portalach społecznościowych już w październiku 2017 roku, zdobywając niezwykle dużą popularność w ciągu zaledwie kilku dni. Wszystko zaczęło się w Stanach Zjednoczonych po opublikowaniu przez *New York Times* artykułu oskarżającego reżysera Harveya Weinsteina o molestowanie seksualne, którego miał podejmować się od kilku dekad⁴⁹¹. Pomimo upływu wielu miesięcy, temat niejednokrotnie powracał w mediach, wywołując szeroki odzew wśród odbiorców – widzów programów telewizyjnych, gości, czy też użytkowników różnego rodzaju portali internetowych. #MeToo oznacza: „ja też byłam/-em ofiarą przemocy seksualnej”. Ruch ten dotyczy głównie kobiet, jednak używanie wspomnianego hasztagu przez mężczyzn nie jest wykluczone. Użycie tego sformułowania ma być sygnałem niezgody na molestowanie kogokolwiek, w jakiegokolwiek formie i gdziekolwiek, może być wyrazem własnych doświadczeń lub też solidarności z ofiarami przemocy seksualnej.

Temat ten zyskał szeroki rozgłos w mediach, co sprawiło, że do ruchu dołączyli także znani aktorzy, wokaliści, sportowcy czy dziennikarze. Ruch ma na celu zwrócenie uwagi na olbrzymią skalę wspomnianego problemu na świecie. Mogłoby się wydawać, że molestowanie i przemoc seksualna to sprawa, która dotyczy tylko nikłego procentu kobiet. Tymczasem, po rozpropagowaniu akcji przez media do ruchu włączyły się miliony osób na całym świecie – zarówno kobiet, jak i mężczyzn będących ofiarami molestowania seksualnego lub gwałtu. Już w ciągu pierwszej doby od pojawienia się

⁴⁹¹ J. Kantor, M. Twohey, *Harvey Weinstein Paid Off Sexual Harassment Accusers for Decades*, <https://www.nytimes.com/2017/10/05/us/harvey-weinstein-harassment-allegations.html> [dostęp: 25.01.2020].

hasztagu #MeToo na Facebooku użyło go blisko 5 milionów użytkowników⁴⁹². W 2018 roku i później temat powracał w mediach wiele razy. Dzieje się tak najczęściej chociażby przy okazji publikacji nowych książek czy artykułów dotyczących tego tematu lub też w momencie pojawiania się nowych wydarzeń mających podobny kontekst.

Celem ruchu ma być obudzenie świadomości w społeczeństwie i wyczulenie na ten temat tak, aby jak najrzadziej dochodziło do molestowania oraz przemocy seksualnej względem obu płci⁴⁹³. Samo zburzenie przez ofiary tzw. muru milczenia w tej sprawie jest osiągnięciem nigdy wcześniej nie mającym miejsca na tak dużą skalę. Dzięki nośności przekazów w internecie, ruch ten bardzo szybko przekroczył bariery takie jak język, szerokości geograficzne czy różnice kulturowe, stając się zarówno możliwością przestrogi i podzielenia się swoją historią, jak i deklaracją pomocy innym.

Prezentacja tematu przez *Today*:

W październiku 2018 roku minął dokładnie rok od opublikowania przez *New York Times* artykułu oskarżającego amerykańskiego reżysera Harveya Weinsteina o molestowanie seksualne⁴⁹⁴. Temat związany z ruchem #MeToo pojawiał się w amerykańskiej telewizji niejednokrotnie, jednak jedną ze szczególnych okazji do prześledzenia jego rozwoju była jego pierwsza rocznica. Do rozmowy w programie *Today* zaproszono pierwszą damę USA, Michelle Obamę, a sam temat przedstawiono w formie dyskusji pomiędzy nią a prowadzącymi program dziennikarkami. Data odcinka także nie została wybrana przypadkowo – wywiad przeprowadzono 11 października 2018 roku, czyli w Międzynarodowy Dzień Dziewczynek (ang. International Day of the Girl), ustanowiony przez ONZ i świętowany od kilku lat na świecie.

Sceneria omawianego odcinka nie była typowa – zamiast rozmowy w studiu, segment przeniesiono na specjalnie wybudowaną z tej okazji scenę na świeżym powietrzu (il. 7). Dzięki temu wywiad mogli oglądać nie tylko odbiorcy przed telewizorami, ale

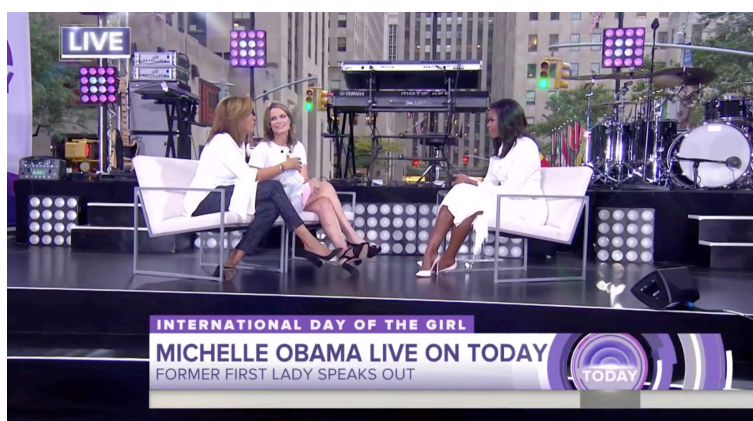
⁴⁹² *More than 12M “Me Too” Facebook posts, comments, reactions in 24 hours*, <https://www.cbsnews.com/news/metoo-more-than-12-million-facebook-posts-comments-reactions-24-hours/> [dostęp: 25.01.2020].

⁴⁹³ W. Metlenga, *Konstruktionen...*, s. 61-62.

⁴⁹⁴ J. Kantor, M. Twohey, op. cit.

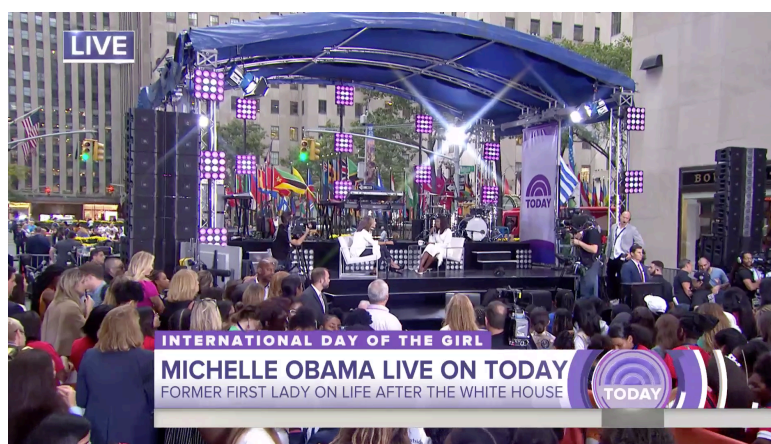
także widzowie, którzy zebrali się jako widownia pod studiem (il. 8 i 9). Taka forma wykorzystywana jest przez programy śniadaniowe od czasu do czasu, najczęściej w wypadku ważnych wydarzeń łączonych z gośćmi specjalnymi. Poprzez umożliwienie odbiorcom bezpośredniego spotkania ze znanymi osobistościami, program burzy fizyczne granice w przekazie „nadawca-medium-widz”, które stawiane są podczas tradycyjnej transmisji telewizyjnej. Odbiorcy od prowadzących i gości nie dzieli już bowiem szkło, a sami stają się niejako uczestnikami programu. Niekiedy w takim wypadku możliwa jest także niewielka interakcja pomiędzy gościem specjalnym a widownią – wymiana kilku słów, pozdrowienie, możliwość zrobienia zdjęcia, etc. (il. 10).

Ilustracja nr 7
Dziennikarki Hoda Kotb oraz Savanna Guthrie w rozmowie z Michelle Obamą



Źródło: *Michelle Obama On Current Political Climate: 'Fear Is Not A Proper Motivator'* | TODAY, <https://www.youtube.com/watch?v=nzZ8ESXJSiw&t=25s> [dostęp: 25.01.2020].

Ilustracja nr 8
Widzowie Today zebrani pod tymczasową sceną w Nowym Jorku



Źródło: *Michelle Obama On Current Political Climate: 'Fear Is Not A Proper Motivator'* | TODAY, <https://www.youtube.com/watch?v=nzZ8ESXJSiw&t=25s> [dostęp: 25.01.2020].

Ilustracja nr 9

Widzowie *Today* zebrani pod sceną oraz na trybunach w plenerowym odcinku specjalnym



Źródło: *Michelle Obama On Current Political Climate: 'Fear Is Not A Proper Motivator'* | *TODAY*, <https://www.youtube.com/watch?v=nzZ8ESXJSiw&t=25s> [dostęp: 25.01.2020].

Ilustracja nr 10

Michelle Obama pozdrawiająca widzów *Today*



Źródło: *Michelle Obama On Current Political Climate: 'Fear Is Not A Proper Motivator'* | *TODAY*, <https://www.youtube.com/watch?v=nzZ8ESXJSiw&t=25s> [dostęp: 25.01.2020].

W wywiadzie Michelle Obama zaznaczyła, że ruch #MeToo jest dla niej bardzo ważny m.in. ze względu na wychowywanie dwóch dorastających córek. Pierwsza dama przyznała, że myśli o tym, ile znaczy dla nich wyrażanie własnego stanowiska i możliwość dojścia do głosu w dyskusjach dotyczących bezpieczeństwa kobiet. W ich wypadku może być to dodatkowo utrudnione przez fakt, że wychowywały się i dorastały w Białym Domu, będąc przez 8 lat, czyli większość ich świadomego życia, nieprzerwanie w oczach międzynarodowej opinii publicznej.

W rozmowie z dziennikarkami Michelle Obama zaznaczyła, że „strach nie jest odpowiednim motywatorem” w drodze do poczucia bezpieczeństwa (tłum. WM)⁴⁹⁵. Jako matka uważa, że to nie strach przed ludźmi uchroni dorastające dzieci przed niebezpieczeństwem, lecz wartości, które należy przekazywać im za młodu, oraz wskazówki dotyczące tego, według jakiego modelu powinny żyć. Pierwsza dama przyznała również, że zdaje sobie sprawę z tego, iż jest wzorem do naśladowania dla wielu dziewczynek i młodych kobiet, które starają się odwzorowywać jej postawę. W związku z tym to właśnie kolejne pokolenie jest tym, które zawsze ma na uwadze, gdy podejmuje wiele zawodowych i prywatnych decyzji.

W opisywanym odcinku wypowiadają się zarówno prowadzące, jak i goście specjali. Oprócz Michelle Obamy, w programie pojawiły się także m.in. piosenkarki Jennifer Hudson, Meghan Trainor oraz Kelly Clarkson, które wystąpiły na scenie, gdzie podkreśliły, że za pomocą tekstów swoich piosenek oraz postawy, którą prezentują, starają się wspierać młode dziewczęta oraz kobiety i dodawać im sił na co dzień⁴⁹⁶. Każda z nich pośrednio nawiązała zatem do wartości jaką jest solidarność. Informacje przekazywane były w znacznej mierze emocjonalnie oraz subiektywnie, niosąc jednak ogólny uniwersalny przekaz. Pomimo że każda z kobiet opowiadała o doświadczeniach ze swojej perspektywy, zwracały się one także do widzów – kobiet oglądających program w swoich domach lub do tych mających możliwość oglądania go na żywo bezpośrednio pod sceną.

Michelle Obama, podczas opowiadania, dlaczego ruch #MeToo jest dla niej ważny, zwróciła się do prezenterki *Today*. Używane przez nią „my” inkluzywne dotyczyło albo kobiet w ogóle, albo określonej ich grupy, czyli matek. „Savannah, jesteś teraz matką. Na tym etapie musisz myśleć o tym, jakie rzeczy mówisz swoim córkom oraz według jakiego modelu chcesz, aby żyły” (tłum. WM)⁴⁹⁷. Sugerowało to odwołanie się do kobiecej

⁴⁹⁵ Oryginał: “Fear is not a proper motivator (...)”, E. Kyung Kim, *Michelle Obama addresses current political climate: 'Fear is not a proper motivator'*, <https://www.today.com/news/michelle-obama-current-political-climate-fear-not-proper-motivator-t139522> [dostęp: 25.01.2020].

⁴⁹⁶ R. Hines, *TODAY anchors bring daughters along for International Day of the Girl*, <https://www.today.com/parents/today-anchors-bring-daughters-along-international-day-girl-t139530?search=international+day+of+the+girl> [dostęp: 25.01.2020].

⁴⁹⁷ Oryginał: “Savannah, you are a mother right now. And at this point you have to think what are the things you are telling your girls. Which model do you want them to live by”, E. Kyung Kim, *Michelle Obama addresses current political climate: 'Fear is not a proper motivator'*, <https://www.today.com/news/michelle-obama-current-political-climate-fear-not-proper-motivator-t139522> [dostęp: 25.01.2020].

solidarności. Widać to także w zwrocie do prowadzącej, gdzie w grupie „my” znalazły się kobiety – matki. „My jako matki, musimy myśleć o ścieżce, którą przecieramy dla naszych córek” (tłum. WM)⁴⁹⁸. Pierwsza dama używała niekiedy w wypowiedziach pierwszej osoby liczby mnogiej, aby podkreślić, że problem ten nie dotyczy jednostek, a nas wszystkich.

Michelle Obama zapytana przez prowadzącą program o to, czy jest zdziwiona, jak wiele zmieniło się przez rok dzięki ruchowi #MeToo, odpowiedziała: „Jestem zdziwiona, jak wiele się zmieniło, ale także jak wiele się nie zmieniło. (...) Świat jest niebezpiecznym miejscem dla kobiet i widzimy to codziennie” (tłum. WM). Dodała także: „Myślę, że kobiety są zmęczone byciem niedocenianymi i lekceważonymi. Kobiety są zmęczone tym, że ich głosy nie są słyszalne lub nie są brane na poważnie. To nie dotyczy tylko innych krajów na świecie, ale także dzieje się tutaj [w Stanach Zjednoczonych]. Jeśli chcemy to zmienić, musimy dać im narzędzia i umiejętności poprzez edukację, aby były w stanie zostać usłyszonymi” (tłum. WM)⁴⁹⁹. Antywartość, jaką jest brak poczucia bezpieczeństwa, została w tym miejscu wymieniona zatem bezpośrednio.

Należałoby w tym miejscu zwrócić uwagę na charakterystyczne użycie zwrotów adresatywnych czy grzecznościowych. W języku angielskim neutralną formą zwracania się do odbiorcy jest zaimek „you”, co sugeruje mniejszy dystans między rozmówcami. Nie wskazuje to jednak na brak okazywania szacunku. W wypadku monarchów lub funkcjonariuszy politycznych używane są określone zwroty takie jak Her/His Majesty (pol. Wasza Królewska Mość), Your Excellency, czy Mr./Mrs. President. W wypadku pierwszej damy w języku angielskim najczęściej używa się przedimka Ms. oraz nazwiska danej osoby, tak też w omawianym odcinku prowadząca program najczęściej zwracały

⁴⁹⁸ Oryginał: “(...) We as mothers, we have to think about the path that we want to pave for our girls (...),” *Michelle Obama On #MeToo: ‘Women Are Tired Of Being Undervalued’ | TODAY*, <https://www.youtube.com/watch?v=zxbvO95EYQY&t=35s> [dostęp: 25.01.2020].

⁴⁹⁹ Oryginał: “I’m surprised at how much has changed but how much has not. The world is a sadly dangerous place for women and girls and we see that again and again, and I think that young women are tired of it. They’re tired of being undervalued. They’re tired of being disregarded. They’re tired of their voices not being invested in and heard. And it’s not just around the world. That’s happening right here in this country. (...) And if we’re going to change that we have to give them the tools and the skills through education to be able to lift those voices up.”, *Michelle Obama On #MeToo: ‘Women Are Tired Of Being Undervalued’ | TODAY*, <https://www.youtube.com/watch?v=zxbvO95EYQY&t=35s> [dostęp: 25.01.2020].

się do Michelle Obamy Ms. Obama. Natomiast pierwsza dama zwracała się do prezenterek po imieniu (*Savannah, you are...*).

Podsumowując, problemem społecznym poruszonym w opisywanym odcinku jest molestowanie oraz wszelkie nadużycia na tle seksualnym. Temat ten dotyczy głównie kobiet, dlatego został on podjęty nie tylko w pierwszą rocznicę rozpoczęcia ruchu #MeToo, ale także z okazji Międzynarodowego Dnia Dziewczynek. Celem odcinka było więc zarówno przyjrzenie się zmianom, które zaszły przez rok w związku z globalnym ruchem, jak i zwrócenie uwagi na znaczenie bezpieczeństwa kobiet oraz istotności ich głosu. Wartości, które pośrednio pojawiły się w rozmowie przeprowadzonej w odcinku, to bezpieczeństwo i solidarność. Pierwsza z nich dotyczy ochrony młodych dziewcząt oraz kobiet przed sytuacjami mogącymi zagrażać im na co dzień. Jak zostało podkreślone w odcinku, jedną z najlepszych metod jest edukacja, dzięki której zostaje zwiększona nie tylko świadomość dotycząca potencjalnego zagrożenia na tle seksualnym, ale także tego, jak radzić sobie w tego typu sytuacjach. Solidarność natomiast dotyczy wzajemnego wsparcia kobiet w każdym wieku. Antywartości, o których mowa w rozmowie bezpośrednio, to brak poczucia bezpieczeństwa i strach, który często nie pozwala na walkę zarówno o własne prawa, jak i o prawa innych. Dzięki użyciu tego kontrastu istotność przekazu w omawianym odcinku *Today* stała się jeszcze bardziej zauważalna.

W odcinku wypowiadają się zarówno prowadzący jak i goście specjalni. Co ciekawe, były to wyłącznie kobiety. Do odcinka nie zaproszono ekspertów, a więc np. naukowców, lecz znane osobistości takie jak pierwsza dama USA oraz popularne amerykańskie piosenkarki. Każda z kobiet miała okazję wyrazić swoje zdanie na temat poruszanego w odcinku tematu, nawiązującego do rozwoju ruchu #MeToo. Można było zatem usłyszeć wypowiedzi na wspomniany temat z różnych perspektyw. Przekaz miał charakter subiektywny i emocjonalny. Niejednokrotnie wykorzystywano też język potoczny oraz „my” inkluzywne, dzięki czemu przekaz miał okazję trafić do jak największej liczby odbiorców. Ponieważ nawiązano nie tylko do sytuacji związanej z ruchem #MeToo w USA, ale i na świecie, temat ujęto w sposób uniwersalny.

Środki obrazowe stosowane w programie to przede wszystkim niecodzienna, a przez to sugerująca wagę omawianego tematu, scenografia w formie sceny na świeżym powietrzu. Uzupełniona została ona jedynie o standardowy pasek informacyjny u dołu ekranu, na którym pojawiały się hasła informujące o omawianym temacie i aktualnie

wypowiadających się gościach specjalnych. Dzięki możliwości obcowania publiczności programu z prowadzącymi i gośćmi nie tylko poprzez emisję telewizyjną, ale także na żywo, program zburzył zasady tradycyjnego przekazu pośredniego: „nadawca-medium-widz”. Stawiana na co dzień granica przestała istnieć, co pozwoliło na przekaz informacji, a w tym także omawianych wartości, w jeszcze bardziej efektywny sposób. Relacja między słowem a obrazem w przekazie „na żywo” jest nierozzerwalna, emocje przekazywane są multimodalnie, sposób mówienia i zachowania bohaterów jeszcze bardziej (bo bezpośrednio) wpływa na odbiorcę⁵⁰⁰.

Prezentacja tematu przez *Morgonstudion*:

Podobnie jak w amerykańskiej telewizji, ruch #MeToo omawiany był po raz pierwszy w szwedzkich mediach już w październiku 2017 roku, czyli w momencie pojawienia się informacji o nim na portalach społecznościowych. Jednakże, pomimo upływu czasu, zainteresowanie omawianym tematem w Szwecji nie słabnie, wzbudzając w mediach liczne dyskusje⁵⁰¹.

W październiku 2018 roku, czyli podczas pierwszej rocznicy zapoczątkowania wspomnianego ruchu, w SVT skupiono się na jego omawianiu głównie nie w telewizji porannej, lecz podczas prezentacji wieczornych programów informacyjnych, w tym przede wszystkim w *Nyheterna*⁵⁰². Jednak temat ten pojawiał się w *Morgonstudion* niejednokrotnie we wcześniej emitowanych odcinkach. Jednym z ważniejszych z nich był ten wyemitowany 19 lutego 2018 roku. Zaproszono wówczas do studia Staffana Heimersona, szwedzkiego dziennikarza, który w latach 1963-2017 pracował dla gazety *Aftonbladet*. Gazeta zakończyła z nim współpracę ze względu na skrytykowanie przez niego ruchu #MeToo i porównanie go do „Wielkiej Czystki” Stalina w latach 1936-1938

⁵⁰⁰ Zob. Schemat Mehrabiana – 7% emocji przekazywanych jest słowami, 38% brzmieniem głosu, 55% za pomocą mowy ciała.

⁵⁰¹ *Metoo – hösten som förändrade Sverige | Se serien på SVT Play | Trailer*, <https://www.youtube.com/watch?v=S2CrV-wKz4g> [dostęp: 10.02.2022].

⁵⁰² *Så märks #metoo – ett år efter att rörelsen startade - Nyheterna (TV4)*, <https://www.youtube.com/watch?v=VF98u0ukMjk> [dostęp: 25.01.2020].

oraz palenia czarownic na stosie w XVII wieku⁵⁰³. W omawianym artykule z listopada 2017 roku dziennikarz porównał m.in. oskarżone o molestowanie seksualne osoby łączone z ruchem #MeToo z członkami partii komunistycznych oskarżonych o nierozpoznane zbrodnie z przeszłości. Słowa Heimersona wzbudziły falę krytyki w jego rodzimym kraju, po czym został on oskarżony o seksizm oraz szerzenie negatywnych wartości w społeczeństwie⁵⁰⁴. W rezultacie w Szwecji nie trzeba było długo czekać na podjęcie oficjalnej dyskusji z autorem w sprawie wyjaśnienia zaistniałej sytuacji. Niedługo później dziennikarz udzielił wywiadu, w którym podtrzymał swoje wcześniejsze opinie⁵⁰⁵.

Sofia Olsson Olsén uznała, że wypowiedzi Staffana Heimersona nie godzą się z podstawowymi wartościami, według których działa gazeta *Aftonbladet*, dlatego podjęła ona decyzję o jego zwolnieniu. Po raz kolejny może być to dowód na to, że to zarówno zachowanie przez firmę deklarowanych wartości, jak i wymiaru etycznego łączonego z daną marką – w tym wypadku szwedzkim dziennikiem – jest jednym z najważniejszych aspektów dla konsumentów. Wiedzą o tym właściciele, starając się nie dopuszczać do propagowania antywartości w jakiegokolwiek formie. Decyzja ta wskazuje także na przekazywane w programie pośrednio wartości, jakimi są równość i solidarność. Równość, to wartość, która dotyczy w tym wypadku równouprawnienia płci, a więc traktowania na równi kobiet i mężczyzn i niegodzenia się na przemoc seksualną w jakiegokolwiek formie. Natomiast poprzez solidaryzowanie się z innymi, a w tym głównie ofiarami molestowania seksualnego oraz wspierającymi je osobami, władze gazety *Aftonbladet* zdecydowały o podjęciu wyżej opisanych kroków. Obie te wartości zostały przekazane w odcinku w sposób pośredni, bez wymienienia ich nazw.

Prowadzący *Morgonstudion* zaprosili do studia Staffana Heimersona w związku z nowo wydaną przez niego książką zatytułowaną *Punkt. Slut?*⁵⁰⁶. W odcinku

⁵⁰³ S. Heimerson, *Metoo en häxjakt med drag av Stalins utrensningar*, <https://www.aftonbladet.se/nyheter/kolumnister/a/Eo43MA/metoo-en-haxjakt-med-drag-av-stalins-utrensningar> [dostęp: 25.01.2020].

⁵⁰⁴ T. Nilsson, *Heimerson: "Jag känner att #metoo förstör vårt samhälle"*, <https://www.resume.se/kommunikation/media/heimerson-jag-kanner-att-metoo-forstor-vart-samhalle/> [dostęp: 25.01.2020].

⁵⁰⁵ T. Nilsson, *Efter Resumés intervju: Aftonbladet bryter samarbetet med Staffan Heimerson*, <https://www.resume.se/kommunikation/media/efter-resumes-intervju-aftonbladet-bryter-samarbetet-med-staffan-heimerson/> [dostęp: 25.01.2020].

⁵⁰⁶ *Mån 19 feb 6:00*, <https://www.svtplay.se/video/16935682/morgonstudion/morgonstudion-19-feb-06-00?start=audio&tab=2018> [dostęp: 20.02.2018].

wypowiedzieli się zarówno dziennikarze jak i autor, jednak nie zaproszono dodatkowych gości, w tym np. ekspertów, którzy mogliby ocenić sytuację jako osoby trzecie. Jak zaznaczyli prowadzący, dziennikarz w swojej nowej publikacji porusza takie tematy jak jego współpraca z *Aftonbladet*, wciąż trwający i rozwijający się na świecie ruch #MeToo, czy też wolność słowa. Wartość, jaką jest wolność, a w tym wypadku – wolność słowa, prawo do swobodnego wyrażania swoich opinii – została tu zaznaczona bezpośrednio. Prezentując we wstępie do dyskusji nową książkę Staffana Heimersona, prowadzący *Morgonstudion*, Pelle Nilsson, powiedział: „(...) przekazuje on w niej [swojej książce] oczywiście swój pogląd na to, co wydarzyło się jesienią ubiegłego roku, ale także na adnotację umieszczoną pod artykułem, wyraża swój pogląd dotyczący #MeToo oraz wąskiego spektrum opinii na ten temat oraz [pisze o] prawie do wolności wypowiedzi” (tłum. WM)⁵⁰⁷. Prowadzący program zapytali dziennikarza, czy napisał swoją nową książkę w afekcie, ponieważ czytając ją, ma się takie wrażenie ze względu na bezwzględne i często negatywne komentarze w stosunku do osób, które pozbawiły go pracy. Staffan Heimerson przyznał, że jego złość spowodowana sytuacją z jesieni 2017 roku przyczyniła się do napisania tej książki. Podkreślił on, że z dwóch dróg, jakie może wybrać w takiej sytuacji dziennikarz czy pisarz – czyli z jednej strony napisania o tym, co go dręczy, a z drugiej porzucenia tego w niepamięć – wybrał on pierwszą z nich⁵⁰⁸.

Problemem społecznym poruszonym w odcinku jest molestowanie seksualne kobiet. Dziennikarze przypomnieli kontekst sprawy Staffana Heimersona oraz opowiedzieli o negatywnych konsekwencjach, jakie spotkały dziennikarza po opublikowaniu artykułu w *Resumé*. Antywartością, która pośrednio pojawiła się w odcinku, jest zatem nierówność płci, a w tym wypadku bardziej szczegółowo seksizm, o który został oskarżony szwedzki dziennikarz. Wartości, o których mowa w odcinku, to równość, solidarność i wolność, z czego ta ostatnia sprowadza się tu do wolności słowa. Solidarność to wartość, która pojawia się w odcinku pośrednio poprzez nawiązania do solidaryzowania się społeczeństwa, a w tym pracowników gazety *Aftonbladet*, z ofiarami przemocy seksualnej i ruchem #MeToo. Przekaz pośrednio dotyczył zatem zarówno

⁵⁰⁷ Oryginał: „(...) där ger han ju då förstås sin syn på det som hände där i höstas, men även, som står i underrubriken där, han ger sin syn på #MeToo, tränga åsiktskorridor, och rätten att yttra sig fritt”, *Mån 19 feb 6:00*, <https://www.svtplay.se/video/16935682/morgonstudion/morgonstudion-19-feb-06-00?start=audio&tab=2018> [dostęp: 20.02.2018].

⁵⁰⁸ W. Metlenga, *Konstruktionen...*, op. cit., s. 62-63.

równości, a w tym równouprawnienia płci oraz wagi głosu kobiet w społeczeństwie, jak i solidarności zarówno z kobietami, jak i pomiędzy kobietami. Wolność to natomiast wartość, o której można było w odcinku usłyszeć bezpośrednio. Prowadzący omawiali w programie zdarzenie mające miejsce jesienią ubiegłego roku, jednak samo spotkanie było także okazją do promocji nowej książki pisarza, która, jak zaznaczył jeden z dziennikarzy *Morgonstudion*, dotyczy także zagadnień związanych z wolnością słowa.

Prowadzący program przez cały czas trwania wywiadu starali się zachować obiektywizm oraz przekazywali informacje w sposób nieemocjonalny. Pomimo możliwej niezgody z głoszonymi przez Staffana Heimersona poglądami, prowadzący nie tworzyli podczas rozmowy negatywnej atmosfery, w której widz mógłby wyczuć wrogi stosunek do dziennikarza, np. poprzez oskarżycielski ton lub mimikę wskazującą na sprzeciw czy pogardę względem głoszonych przez niego opinii. Przeciwnie, dziennikarze *Morgonstudion* przez cały czas trwania rozmowy starali się tworzyć przyjazną atmosferę (zauważalną chociażby poprzez mimikę), która pomagała w zapewnieniu neutralnego pola do wyrażania własnego zdania (il. 11). Wypowiedzi gościa były subiektywne ze względu na wyrażanie przez niego opinii na temat autorskiego artykułu. Jednakże, słowa Staffana Heimersona podczas wywiadu również wypowiedane były w większości w nieemocjonalny sposób. Pomimo że w artykule oraz wydanych niedługo po jego publikacji wywiadach odnaleźć można było wiele emocjonalnych wypowiedzi, w wywiadzie w *Morgonstudion* rozmowa została przeprowadzona bez widocznych emocji, co może być spowodowane czasem, jaki upłynął od wybuchu skandalu. Propagowana przez Szwecję równość – w tym zwłaszcza walka o prawa kobiet, a także sprzeciw wobec wykraczaniu poza etyczne granice w każdej dziedzinie życia, stanęły jednak w opozycji z większością wypowiedzi Staffana Heimesona. Z drugiej strony należy zaznaczyć, że sam fakt zaproszenia go do studia był okazją do wyjaśnienia toczącej się od kilku miesięcy sprawy, co niewątpliwie wykorzystał były dziennikarz *Aftonbladet*.

Ilustracja nr 11
Prowadzący *Morgonstudion* w rozmowie ze Staffanem Heimersonem
Hasła na pasku informacyjnym:
Staffan Heimerson po #metoo
[*Staffan Heimerson*] *Wciąż tworzy nagłówki* (tłum. WM)



Źródło: *Mån 19 feb 6:00*, <https://www.svtplay.se/video/16935682/morgonstudion/morgonstudion-19-feb-06-00?start=audio&tab=2018> [dostęp: 20.02.2018].

Temat ujęto w sposób uniwersalny, nie skupiając się jedynie na społeczeństwie szwedzkim, a zaznaczając, że problem ten dotyczy kobiet na całym świecie. Język użyty w programie można określić w większości jako neutralny. Dzięki stworzeniu przez prezenterów atmosfery, w której gość nie czuł się atakowany słownie, a przez to skrępowany, obie strony mogły zrezygnować z bardziej formalnego sposobu wypowiedzi na rzecz prostych komunikatów i wyrażania subiektywnych stanowisk.

Środki obrazowe zostały ograniczone do minimum. Na ekranie pojawił się pasek z informacjami o omawianym temacie oraz nazwiska osób biorących udział w wywiadzie. Tradycyjnie, rozmowa przebiegła w studiu programu, które przypomina bardziej to przeznaczone na wiadomości wieczorne, ze względu na pozbawienie go „codziennej”, „domowej” scenografii charakterystycznej dla programów śniadaniowych (il. 12). Dzięki temu widz mógł skupić swoją uwagę niemal wyłącznie na wypowiedziach oraz zachowaniu uczestników rozmowy.

Ilustracja nr 12
Prowadzący *Morgonstudion* oraz Staffan Heimerson
w studiu szwedzkiego programu porannego telewizji SVT



Źródło: *Mån 19 feb 6:00*, <https://www.svtplay.se/video/16935682/morgonstudion/morgonstudion-19-feb-06-00?start=audio&tab=2018> [dostęp: 20.02.2018].

Prezentacja tematu przez *Nyhetsmorgon*:

Podobnie jak w *Morgonstudion*, tak i w ramach *Nyhetsmorgon* od października 2017 roku nawiązywano do ruchu #MeToo wielokrotnie⁵⁰⁹. Prowadzący program organizowali dyskusje, prowadzili wywiady, a także pokazywali przeprowadzane w ramach ruchu manifestacje oraz zapraszali do studia gości i ekspertów wypowiadających się na temat przemocy seksualnej w Szwecji i na świecie. Podkreślali oni m.in., że w wielu społeczeństwach do dziś widoczny jest brak równouprawnienia, niejednokrotnie prowadzący do przemocy seksualnej względem kobiet, np. w miejscach pracy. Co więcej, zdarza się to także w szkołach, co prowadzi do łamania prawa również w wypadku osób nieletnich i dzieci. Zarówno goście, jak i sami prowadzący program niejednokrotnie wyrażali na ten temat swoje subiektywne opinie, zawsze jednak broniąc propagowanych przez Szwecję wartości, takich jak m.in. równość czy solidarność i próbując szerzyć je wśród odbiorców *Nyhetsmorgon*⁵¹⁰.

⁵⁰⁹ *Nyhetsmorgon #metoo*, https://www.youtube.com/results?search_query=nyhetsmorgon+%23metoo [dostęp: 25.01.2020].

⁵¹⁰ Ibidem.

W wypadku szwedzkiego kanału komercyjnego, warto wspomnieć o fragmentach porannego programu, w których prezentowano nawiązującą do #MeToo sprawę sądową jednego z pracowników stacji. W kilku odcinkach *Nyhetsmorgon* podjęto dyskusję na temat zwolnienia z pracy Martina Timella, szwedzkiego prezentera, związanego przez lata zarówno z SVT jak i TV4. W związku z kampanią #MeToo dziennikarza oskarżono o popełnione kilka lat wcześniej molestowanie seksualne oraz gwałt, mające miejsce podczas przyjęcia pracowniczego. Sprawę do sądu zgłosiła molestowana przez Martina Timella kobieta, która dzięki ruchowi #MeToo odważyła się opowiedzieć o tej sytuacji. Ze względu na postawione dziennikarzowi zarzuty w ciągu miesiąca wycofano prowadzony przez niego program, ostatecznie zwalniając go z pracy w TV4.

21 maja 2018 roku odcinek *Nyhetsmorgon* dotyczył rozpoczęcia procesu sądowego przeciwko oskarżonemu. Prowadzący program po kilku zdaniach wstępu, w których przypomnieli widzom kontekst sprawy dziennikarza, połączyli się z reporterem Maximilianem Artellem, który relacjonował wiadomości na żywo spod sądu rejonowego w Sollentunie. Artell podkreślił, że zainteresowanie sprawą jest bardzo duże i pomimo że rozprawa rozpoczyna się dopiero za kilka godzin, reporterzy różnych szwedzkich stacji telewizyjnych zbierają się pod sądem już od wczesnych godzin porannych. Wynika to m.in. z faktu, że Timell przez ostatnie 20 lat był jednym z czołowych prezenterów wielu programów szwedzkiej telewizji. Reporter przypomniał także podstawy oskarżenia Martina Timella, zwięźle, lecz dokładnie i obiektywnie opisując postawione mu zarzuty, tak, aby widzowie, którzy nie śledzili wcześniej omawianej sprawy mogli zapoznać się z jej szczegółami. Zaznaczył również, że oprócz przesłuchania oskarżonego, w sądzie dojdzie tego dnia także do przesłuchania kilku świadków zdarzenia⁵¹¹. Reporter, jak i prowadzący wypowiadali się w sposób obiektywny i nieemocjonalny, a użyty przez nich język można określić jako formalny.

25 maja 2018 roku do sprawy Martina Timella w *Nyhetsmorgon* nawiązano ponownie. Podobnie jak w poprzednim omawianym odcinku, tego dnia również połączono się z reporterem relacjonującym spod sądu rejonowego w Sollentunie – tym razem była to Maria Snellman. Pomimo iż dziennikarka podkreśliła, że ostateczna rozprawa jeszcze się nie odbyła i wszystkie decyzje będą podejmowane „za zamkniętymi

⁵¹¹ *I dag startar rättegången mot Martin Timell - Nyhetsmorgon (TV4)*, <https://www.youtube.com/watch?v=Ik8ncuPdn9Y> [dostęp: 25.02.2020].

drzwiami”, dużą rolę w rozprawie odgrywają zeznania świadków mające miejsce w poprzednich dniach⁵¹². Dzieje się tak ze względu na fakt, że proces dotyczy zdarzenia mającego miejsce kilka lat wcześniej, co wiąże się z niewielką ilością zachowanych w tej sprawie dowodów. Reporterka zapytana przez prezenterów o możliwy wyrok w omawianej sprawie wyjaśniła, że może być to kara w wymiarze 2 lat pozbawienia wolności, jak i odszkodowanie w wysokości 115 tysięcy koron, którym będzie obciążony były prezenter TV4. Omawiając temat, zarówno prowadzący program, jak i reporterka nie opowiadali się po żadnej ze stron, zachowując obiektywizm przy przedstawianiu informacji dotyczących sprawy. Ich wypowiedzi były prezentowane w sposób nieemocjonalny, a sam język użyty w programie można uznać za formalny, pozbawiony określeń potocznych.

Zarówno w odcinku z 21, jak i 25 maja 2018 roku, nazwy wartości nie zostały wspomniane przez dziennikarzy w sposób bezpośredni. Pośrednio można jednak zauważyć nawiązania do sprawiedliwości oraz bezpieczeństwa. Wartość, jaką jest sprawiedliwość, przekazywana jest widzowi poprzez odwołania do przestępstwa popełnionego przez szwedzkiego dziennikarza oraz konsekwencji, które spotkały go pomimo upływu wielu lat od opisywanego zdarzenia. Bezpieczeństwo jest natomiast wartością łączoną w tym wypadku z poczuciem bezpieczeństwa na co dzień, w tym także m.in. w miejscu pracy, czy podczas wydarzeń pracowniczych. W programie ukazywane jest ono w kontraście z antywartością, jaką jest poczucie zagrożenia, które może towarzyszyć kobietom w sytuacjach podobnych do tej opisaniej w wybranych powyżej odcinkach.

Problemem społecznym przy omawianiu niniejszego tematu jest molestowanie seksualne, którego dopuściła się osoba publiczna. W odcinkach wypowiedzieli się zarówno prowadzący, jak i reporterzy relacjonujący sprawę spod sądów, gdzie toczyła się rozprawa. Do programu nie zaproszono ekspertów czy innych dodatkowych gości, którzy mogliby wyrazić swoje opinie w tej sprawie. Informacje były przekazywane przez dziennikarzy obiektywnie i nieemocjonalnie, pomimo że oskarżony, Martin Timell, to ich kolega ze stacji, współpracujący z TV4 od około dwóch dekad. Zabierający głos nie zwracali się bezpośrednio do widzów. Język wykorzystywany w wypowiedziach można

⁵¹² *Rättegången mot Martin Timell avslutas – "Vittnesmålen har spelat väldigt stor roll" – Nyhetsmorgon*, <https://www.youtube.com/watch?v=-oXWfO7L1T4> [dostęp: 25.01.2020].

uznać za formalny. Dziennikarze, w swoich wypowiedziach, stronili od jakichkolwiek zwrotów potocznych. Powodem tego może być powaga omawianej sprawy i jej wymiar prawny. Pomimo że temat sam w sobie dotyka zagadnienia związanego z globalnym ruchem, w odcinkach *Nyhetsmorgon* został on przedstawiony w większości lokalnie. Dziennikarze skupili się na sprawie prezentera, nie rozwodząc się na temat innych, znanych i podobnych przypadków mających miejsce na świecie.

W odcinku nie mówi się o wartościach w sposób bezpośredni. Nazwy wartości nie padają z ust dziennikarzy. Jednakże to, o czym mówią, i do czego nawiązują, można połączyć pośrednio z wartościami takimi jak sprawiedliwość – ze względu na sprawę sądową oraz w nawiązaniu do oczekiwanego wyroku, a także bezpieczeństwo, które powinno być jedną z podstawowych wartości zarówno w każdym miejscu pracy, jak i w trakcie wydarzeń okolicznościowych.

Środki obrazowe wykorzystane przez *Nyhetsmorgon* to jedynie standardowy pasek informacyjny u dołu ekranu oraz dodatkowa sceneria w postaci sądu w tle wprowadzona w czasie połączenia z reporterami relacjonującymi na żywo. Wprowadzenie tego elementu dodatkowo podkreśliło powagę omawianego tematu. Prezenterzy prowadzący program w studiu w momencie przedstawiania tematu użyli jednostajnego tła, co w zamierzeniu mogło mieć na celu zwrócenie większej uwagi widzów na same przekazywane przez nich ustnie informacje.

Wartości prezentowane w ramach odcinków:

Wartości, które pojawiają się w wybranych do analizy programach przy omawianiu tematu związanego z ruchem #MeToo, to równość, solidarność, sprawiedliwość, wolność i bezpieczeństwo. W każdym z programów nawiązywano do nich w nieco inny sposób. W *The Today Show* bezpieczeństwo oraz solidarność zostały omówione pośrednio. Podczas wywiadu z Michelle Obamą mówiono o obecnym świecie jako niebezpiecznym miejscu dla kobiet i potrzebie zmiany w postępowaniu względem kobiet, zapoczątkowanej przez ruch #MeToo. Pierwsza dama podkreśliła, że to wartości, które przekazujemy młodym, oraz mająca kluczowe znaczenie edukacja są tym, dzięki czemu przyszłe pokolenia będą mogły żyć w środowiskach bardziej świadomych opisywanych zagrożeń, a co za tym idzie także sposobów ich zapobiegania. Wskazuje to jednoznacznie

na przekaz wartości, jaką jest bezpieczeństwo, pomimo że sama nazwa nie padła w programie. W rozmowie zaznaczono także, że to wymiana doświadczeń i wsparcie pomiędzy kobietami sprawia, że #MeToo jest obecnie ruchem na skalę globalną, dzięki czemu głosy kobiet są i będą jeszcze bardziej słyszalne. Dzięki walce o prawa kobiet, rośnie ich poczucie własnej wartości oraz pewność siebie, które są niezbędne do wspólnego zwalczania jakichkolwiek prób uciszania ich głosów. Pomimo braku wymienienia nazwy w sposób bezpośredni, solidarność jest wartością, która została przekazana widzom czytelnie w trakcie omawiania powyższych zagadnień. W *The Today Show* bezpośrednio nawiązano jednak do antywartości, jakimi są poczucie zagrożenia i strach, które, jak podkreśliła Michelle Obama, nie powinny być dla kobiet główną motywacją w drodze do poczucia bezpieczeństwa na co dzień. To bowiem nie dzięki uciekaniu przed kontaktem z innymi, a dzięki wspomnianej powyżej edukacji i wartościom, wedle których żyjemy, można zapobiegać niebezpiecznym sytuacjom. Zwrócenie uwagi na wspomniane antywartości na zasadzie kontrastu podkreśliło znaczenie wartości, jaką jest bezpieczeństwo.

W szwedzkich programach wartości były przekazywane zarówno w bezpośredni, jak i pośredni sposób. W *Morgonstudion*, podczas rozmowy ze Staffanem Heimersonem nawiązano do równości, solidarności, a także wolności słowa. W wywiadzie omówiono kwestie dotyczące artykułu, w którym szwedzki autor podkreślił swój sprzeciw wobec ruchu #MeToo. Dziennikarze w sposób pośredni zazaczyli, że skandal wywołany przez artykuł rozpoczął się od nieposzanowania wartości, jaką jest równość. Przekaz pośrednio dotyczył zarówno równości, a w tym równouprawnienia płci oraz wagi głosu kobiet w społeczeństwie, jak i solidarności zarówno z kobietami, jak i pomiędzy kobietami. W programie nawiązano do solidaryzowania się społeczeństwa, a w tym także samych pracowników gazety *Aftonbladet* z ofiarami przemocy seksualnej i ruchem #MeToo. Wyrazem tego, a zarazem wyrazem sprzeciwu wobec głoszonych przez Staffana Heimersona opinii, było w konsekwencji rozwiązanie stosunku pracy z dziennikarzem. Wolność, do której nawiązano w wywiadzie, dotyczyła wolności słowa. Nazwa wartości została przedstawiona w programie bezpośrednio. Jeden z prowadzących *Morgonstudion*, Pelle Nilsson, w momencie prezentacji gościa i przekazywania informacji o jego nowej książce, powiedział: „(...) przekazuje on w niej [swojej książce] oczywiście swój pogląd na to, co wydarzyło się jesienią ubiegłego roku, ale także na adnotację umieszczoną pod

artykułem, wyraża swój pogląd dotyczący #MeToo i wąskiego spektrum opinii na ten temat oraz [pisze o] prawie do wolności wypowiedzi” (tłum. WM)⁵¹³. Wywiad był także możliwością ewentualnego sprostowania wcześniej opublikowanych lub wypowiedzianych przez autora słów. Pomimo że Staffan Heimerson nie wycofał się z wcześniej głoszonych opinii, w programie nie wyrażał też swojego stanowiska w sposób emocjonalny i nie negował wartości takich jak równość czy solidarność, które zostały pośrednio zaprezentowane przez prowadzących.

W *Nyhetsmorgon* wartości przekazano w sposób pośredni. W odcinkach, które dotyczyły sprawy sądowej przeciwko pracownikowi TV4 w związku z zarzutami postawionymi mu po rozpowszechnieniu ruchu #MeToo, wartości nie zostały nazwane i przedstawione bezpośrednio. Dziennikarze starali się zachować pełen obiektywizm i przekazywali informacje w możliwie jak najbardziej nieemocjonalny sposób, co może być przyczyną tego, że nawiązania do wartości nie zostały podkreślone. W programie omówiono temat bez pominięcia szczegółów dotyczących znanych do tej pory postępów w sprawie, a także ewentualnych sankcji lub kar, które w razie wyroku wydanego przez sąd na niekorzyść Martina Timella, ten będzie zobligowany zapłacić lub odbyć. Poprzez omówienie sprawy w ten sposób, wartość, jaką jest sprawiedliwość, została przedstawiona widzom pośrednio, jednak na tyle opisowo, że wywnioskowanie sensu przekazu nie było utrudnione. Kolejną wartością, która także została omówiona w programie pośrednio jest bezpieczeństwo. W *Nyhetsmorgon* szczegółowo omówiono kontekst sprawy Martina Timella, zwracając w sposób pośredni uwagę na antywartość, jaką jest poczucie zagrożenia, mogące wystąpić wśród współpracowników danej firmy, nawet jeśli nie przebywają oni w miejscu pracy. Był to powód, dla którego jedna z kobiet wniosła opisaną w *Nyhetsmorgon* pozew przeciw szwedzkiemu dziennikarzowi. Pomimo że nie bezpośrednio, przekaz w programie jednoznacznie mówił o bezpieczeństwie jako jednej z podstawowych wartości zarówno w każdym miejscu pracy, jak i na co dzień.

Wartości takie jak solidarność i bezpieczeństwo zostały omówione w ramach niniejszego tematu w dwóch programach. Solidarność omówiono zarówno w *The Today*

⁵¹³ Oryginał: “(...) där ger han ju då förstås sin syn på det som hände där i höstas, men även, som står i underrubriken där, han ger sin syn på #MeToo, trånga åsiktskorridor, och rätten att yttra sig fritt”, *Mån 19 feb 6:00*, <https://www.svtplay.se/video/16935682/morgonstudion/morgonstudion-19-feb-06-00?start=audio&tab=2018> [dostęp: 20.02.2018].

Show, jak i w *Morgonstudion*, natomiast bezpieczeństwo w *The Today Show* oraz w *Nyhetsmorgon*.

Do wartości, jaką jest solidarność, nawiązano w *The Today Show* oraz *Morgonstudion* w sposób pośredni w podobnym kontekście. W obu programach solidarność dotyczyła zarówno wsparcia dla kobiet, jak i pomiędzy nimi. Zarówno w amerykańskim jak i szwedzkim programie nawiązano do konkretnych, już wykonanych działań (takich jak np. wsparcie i motywacja przekazywane kobietom od lat przez goszczące w programie piosenkarki za pomocą tekstów ich piosenek, czy też zwolnienie Staffana Heimersona przez władze *Aftonbladet* i oficjalne zadeklarowanie niezgody z ogłoszonymi przez niego opiniami), które są przykładem solidaryzowania się społeczeństwa zarówno z kobietami będącymi ofiarami molestowania lub przemocy seksualnej, jak i osobami wspierającymi ruch #MeToo. W obu programach wartość jaką jest solidarność została przekazana w klarowny dla widza sposób.

Do wartości, jaką jest bezpieczeństwo, nawiązano natomiast w *The Today Show* oraz *Nyhetsmorgon*. W obu programach wartość tę zaprezentowano w sposób pośredni. Różnica polegała jednak na samym sposobie odniesienia się do opisywanej wartości. W amerykańskim programie Michelle Obama oraz prowadzące zwracały się do widzów wskazując na oczekiwane rezultaty, które można będzie osiągnąć w przyszłości, jeśli podejmie się działania na rzecz edukacji i przekazywania wartości najmłodszym. W szwedzkim *Nyhetsmorgon* nawiązano natomiast do konkretnych, już wykonanych działań (takich jak proces sądowy oraz zwolnienie z pracy Martina Timella), które są przykładem walki z brakiem poczucia bezpieczeństwa, jakiego doświadczają kobiety zarówno w miejscu pracy, jak i innych codziennych sytuacjach. Co ważne, podobnie jak w wypadku niefortunnej reklamy H&M omawianej w poprzedniej części pracy, także i tym razem, pomimo widocznego niekiedy na twarzach dziennikarzy *Nyhetsmorgon* zażenowania spowodowanego faktem, że sprawa dotyczy ich kolegi z pracy, starali się oni podejść do tematu bezstronnie, nie okazując emocji. Dziennikarze starali się omówić wszystko jak najdokładniej, co może wskazywać na fakt, iż stawiają oni wartości ponad relacje koleżeńskie.

W *Today* postawiono zatem bardziej na prezentację możliwych przyszłościowych rozwiązań, podczas gdy w *Nyhetsmorgon* zaprezentowano konkretne działania, które już zostały podjęte, aby zwiększać świadomość na temat wartości, jaką jest bezpieczeństwo

oraz ukazać jej wagę. Dzięki omówieniu faktycznych rezultatów podejmowanych decyzji, wartość prezentowana przez szwedzki program stała się dla widzów wyraźniejsza w przekazie niż w programie amerykańskim. Lecz to w amerykańskim *Today* bezpośrednio omówiono antywartość, jaką jest strach czy poczucie zagrożenia, podczas gdy w *Nyhetsmorgon* zrobiono to bez wymieniania nazwy. Poprzez zastosowanie kontrastu oraz ukazanie pośrednio wartości na tle jej przeciwieństwa, przekaz stał się bardziej czytelny dla odbiorcy, zwłaszcza w programie *Today*. W rezultacie, zarówno w amerykańskim, jak i szwedzkim programie komercyjnym widz mógł w klarowny i jednoznaczny sposób odczytać omawiany w ramach odcinków przekaz.

Komentarz:

Problemem społecznym poruszonym w każdym z odcinków trzech wybranych do analizy programów jest molestowanie oraz wszelkie nadużycia o charakterze seksualnym. Tematy przedstawione przez *Today*, *Morgonstudion* oraz *Nyhetsmorgon* nawiązywały do rozpoczętego pod koniec 2017 roku ruchu #MeToo, który w przeciągu kilku miesięcy od swojego powstania można było nazwać ruchem na skale globalną. Każdy z programów zaprezentował temat nieco inaczej.

W *The Today Show* przeprowadzono wywiad z gościem specjalnym, Michelle Obamą, dodatkowo łącząc temat o #MeToo z Międzynarodowym Dniem Dziewczynek. Z tej okazji cały odcinek został przygotowany w niecodzienny sposób. Zmieniono zarówno scenerię, budując scenę na świeżym powietrzu, jak i sam schemat programu poprzez wymianę codziennych segmentów na wydarzenie w formie wywiadów z gośćmi specjalnymi i możliwością interakcji na żywo z publicznością znajdującą się przy scenie. Dzięki wprowadzeniu dla widzów możliwości wzięcia udziału w programie, *Today* przełamało barierę pomiędzy nadawcą a odbiorcą, którą na co dzień stawia telewizja. W programie niejednokrotnie można było usłyszeć subiektywne opinie, zarówno ze strony prowadzących, jak i gościa. Poprzez zastosowanie języka potocznego i zwrotów adresatywnych, a w tym także tych kierowanych do widzów oraz podkreślenie, że omawiany problem nie dotyczy wyłącznie jednego kraju, temat został ujęty w sposób uniwersalny.

Temat ten został inaczej przedstawiony przez programy śniadaniowe w Szwecji. W *Morgonstudion* przeprowadzono wywiad ze Staffanem Heimersonem, dziennikarzem, którego negatywne opinie na temat ruchu #MeToo były piętnowane i szeroko komentowane w kraju przez kilka miesięcy. Wykorzystywany w odcinku język można w większości uznać za potoczny a przynajmniej – neutralny. Do studia nie zaproszono ekspertów, którzy mogliby obiektywnie skomentować wypowiedzi prezenterów i gościa, jednak dziennikarze stronili od subiektywnych opinii. Temat zaprezentowano w sposób nieemocjonalny, choć sama sprawa związana z artykułem opublikowanym w *Aftonbladet*, miała przeciwny charakter. W odcinku skupiono się głównie na lokalnym charakterze problemu, jednak podkreślono, że omawiany ruch jest ruchem globalnym. Wartości takie jak równość, solidarność czy wolność słowa zostały omówione w programie, w tym ostatnia w sposób bezpośredni. Dzięki omawianiu ich na tle przytoczonej antywartości, którą jest nierówność, sprowadzana w tym wypadku do seksizmu, przekaz wybrzmiał jeszcze dosadniej. *Morgonstudion* trzyma się także założonej przez siebie od premiery programu koncepcji studia. Wszystkie wywiady, ale także pozostałe części programu są emitowane ze studia, które wystrojem nie przypomina wystroju właściwego dla programów śniadaniowych, a dla wieczornych wiadomości. Ograniczenie do minimum elementów mogących rozpraszać widzów podczas oglądania sprawia, że odbiorca bardziej koncentruje się na słowach wypowiedzianych przez osoby w studiu.

W *Nyhetsmorgon* zaprezentowano temat w jeszcze nieco odmienny sposób. W przeciwieństwie do szwedzkiego programu telewizji publicznej, a także w odróżnieniu od tego, co widzowie mogli obejrzeć w *Today*, do studia w TV4 nie zaproszono gości, ekspertów czy znanych osobistości, których wypowiedzi mogłyby wzbogacić treść odcinka. Osobami wypowiadającymi się byli w tym wypadku jedynie prowadzący oraz reporterzy, z którymi łączono się ze studia. Ze względu na fakt, iż temat dotyczył bezpośrednio jednego z pracowników stacji, którego sprawa toczyła się wówczas w sądzie, w programie starano się nie prowadzić dysput mogących jakkolwiek dodatkowo wpłynąć na wizerunek oskarżonego dziennikarza. Pomimo tego, iż sprawa jednoznacznie połączona jest z ruchem #MeToo, w programie nie wypowiedziano się bezpośrednio na temat wartości i antywartości. W *Nyhetsmorgon*, w porównaniu do *Today* oraz *Morgonstudion*, przekaz wartości stał się więc mniej czytelny, jednak zauważalny.

Ograniczone zostały także jakiekolwiek środki obrazowe wykorzystywane w programie. W odcinku można było zobaczyć prowadzących prezentujących temat na tle niezaburzającym koncentracji i nawiązującym do toczącej się sprawy sądowej, co zwiększyło powagę omawianego tematu.

Podsumowując, szwedzkiej publicznej telewizji porannej udało się wykreować obiektywny obraz bardzo nośnego tematu, dzięki czemu decyzja o pozytywnym lub negatywnym odbiorze ukazywanych treści należy do widza. Z kolei kreowany przez *Nyhetsmorgon* obraz zarówno całego ruchu, jak i samej tej sprawy zwraca uwagę na bezwzględność szwedzkiego wymiaru sprawiedliwości wobec łamania podstawowych wartości i praw człowieka. Pochodzenie, wykształcenie czy status danej osoby nie mają w tym wypadku żadnego znaczenia. Oskarżony staje przed sądem lub naraża się na falę krytyki ze strony społeczeństwa. W amerykańskim programie postawiono na stworzenie obrazu problemu społecznego, który trwa i któremu tym samym należy stawiać czoła i zapobiegać poprzez szerzenie wartości oraz edukację młodego pokolenia – także przez media. Wartości takie jak równość, solidarność, sprawiedliwość czy bezpieczeństwo, propagowane są zatem zarówno w Szwecji, jak i w Stanach Zjednoczonych, nie dając możliwości wystąpienia przeciw nim w kreowanym przez media obrazie.

Dzięki odwadze wszystkich osób, które dzielą się swoimi historiami w tej sprawie, temat staje się coraz bardziej nośny i umożliwia wielu osobom, w tym zwłaszcza kobietom, zabranie głosu, pomimo wcześniejszej niechęci ku temu w obawie o niezrozumienie lub brak akceptacji czy odzewu.

Temat nr 3: Międzynarodowy Dzień Kobiet

Daty emisji odcinków:

Today: 8.03.2019

Morgonstudion: 8.03.2018

Nyhetsmorgon: 8.03.2018

Streszczenie głównych wątków:

Z okazji Międzynarodowego Dnia Kobiet, zarówno w amerykańskiej, jak i szwedzkiej telewizji, podjęto temat związany z szeroko rozumianym równouprawnieniem, a w tym walką kobiet o swoje prawa oraz idee. Najczęściej starano się oddzielić ten temat od ruchu #MeToo, któremu poświęcono wiele odrębnych segmentów programu podczas innych okazji. Przeprowadzone przez prowadzących rozmowy dotyczyły tym razem trzech różnych tematów, posiadających jednak punkty wspólne. Odpowiednio w *Today*, *Morgonstudion* oraz *Nyhetsmorgon* podjęto temat możliwości, jakie dają kobietom tradycyjnie męskie zawody, poruszono kwestię kampanii przeciw przemocy domowej oraz zajęto się aktualnym spojrzeniem na zagadnienia związane z feminizmem w krajach Europy Północnej.

8 marca 2019 roku w amerykańskim programie śniadaniowym *Today* podjęto temat związany z równouprawnieniem płci i zachęcaniem kobiet do pracy w zawodach niejednokrotnie kojarzonych jako przeznaczone jedynie dla mężczyzn. Motywem przewodnim tego segmentu odcinka było motywowanie kobiet do wiary w siebie oraz realizowania postawionych przez siebie celów. Zaproszone do studia reprezentantki agencji NASA, straży pożarnej czy też jednostki wojskowej, opowiadały o możliwościach, jakie niesie za sobą wybór takiego zawodu, a także o wartościach, które łączą się z podjęciem takiej decyzji. Podczas pracy w każdej ze wspomnianych jednostek ważna jest odpowiedzialność za siebie i grupę, z którą się współpracuje, a także służba społeczeństwu i państwu. Każdą ze wspomnianych kobiet cechuje odwaga, ale także lojalność i determinacja w dążeniu do celu.

W szwedzkiej publicznej telewizji śniadaniowej w odcinku wyemitowanym w Dniu Kobiet w 2018 roku, omówiono kampanię przeciw przemocy domowej zatytułowaną „No

More Excuses”. Pomimo że opisywana kampania jest oryginalnie inicjatywą amerykańską, zdobyła popularność także w Szwecji. Szwecja propaguje bowiem zwalczanie przemocy oraz dąży do stworzenia państwa gwarantującego bezpieczeństwo i wielostronną pomoc swoim obywatelom.

W *Nyhetsmorgon* w Dniu Kobiet w 2018 roku, postawiono natomiast na temat związany z feminizmem. Feminizm to jeden z najbardziej rozpowszechnionych w Szwecji ruchów nie tylko obecnie, ale także w ubiegłych dekadach⁵¹⁴. Jest to ruch, który dąży do równouprawnienia kobiet i przejawia się m.in. w formie kampanii społecznościowych, protestów, strajków, happeningów, czy też tworzonych na ten temat filmów, książek, dzieł sztuki etc. Zaproszeni do studia goście w trakcie opowiadania o swojej nowej publikacji – jubileuszowym wydaniu feministycznego magazynu *Astra*, zaznaczyli jak obecnie wygląda zainteresowanie feminizmem wśród Szwedów, a także wśród szwedzkokojęzycznej mniejszości w Finlandii.

Prezentacja tematu przez *Today*:

Podczas gdy odcinek *Today* z 8 marca 2018 roku nie zawierał wielu materiałów dotyczących Dnia Kobiet, odcinek wyemitowany rok później w dużej mierze został poświęcony temu tematowi. W 2018 roku stacja NBC skupiła się na temacie związanym z opisanym przeze mnie powyżej ruchem #MeToo, omawiając go w ramach Międzynarodowego Dnia Kobiet głównie w wieczornym programie informacyjnym *NBC News*⁵¹⁵. W *The Today Show* świętu 8 marca poświęcono zaś większą uwagę w 2019 roku. Prowadzący program prezentowali wówczas na żywo wiadomości ze sceny stworzonej w ramach studia na wolnym powietrzu, połączonej z miejscem dla widowni. Dzięki takiej scenerii, fizyczny dystans pomiędzy prowadzącymi a częścią widzów, a więc osobami znajdującymi się pod sceną – podobnie jak w wypadku wcześniej omawianego tematu dotyczącego ruchu #MeToo – został zburzony. Jest to niecodzienne rozwiązanie, aranżowane najczęściej podczas ważnych wydarzeń kulturowo-społecznych

⁵¹⁴ K. Norlander, *Kvinnokamp*, <https://www.umu.se/sidan-68/tema-1-kvinnokamp/kvinnokamp> [dostęp: 15.01.2020].

⁵¹⁵ *Women Unite Behind #MeToo On International Women's Day | NBC News*, <https://www.youtube.com/watch?v=82epXnPDvYM> [dostęp: 11.02.2020].

czy szczególnych dni w ciągu roku kalendarzowego, takich jak właśnie m.in. Międzynarodowy Dzień Kobiet. Niecodzienna scenografia zwraca także większą uwagę widzów oglądających taki odcinek w telewizji, co zwiększa jego oglądalność.

Tematem przewodnim omawianego odcinka była motywacja młodych kobiet do walki o równouprawnienie oraz do okazywania śmiałości i odwagi w podejmowaniu zawodów mogących uchodzić z pozoru za głównie męskie, takich jak chociażby praca w straży pożarnej, czy agencji NASA⁵¹⁶. Prowadząca program, Savannah Guthrie oraz Hoda Kotb, zaprosiły na scenę grupy kobiet na co dzień pracujących w nowojorskiej straży pożarnej, na lotnisku wojskowym Oceana, a także w agencji NASA i poprosiły ich przedstawicielki o przekazanie komunikatu młodym oglądającym program dziewczynom, które w przyszłości chciałyby pracować w podobnych zawodach (il. 13). Każda z zapytanych kobiet podkreśliła, że najważniejszym jest konsekwencja w dążeniu do celu, której pomagają ambicja i determinacja. Podczas programu na jednym z ekranów ustawionych obok widowni, wyświetlono także krótki przekaz i pozdrowienia od astronautki Anne McClain, nagrane podczas misji NASA. Motywujące hasła takie jak „don't anyone tell you no”, czy „don't give up on your dreams”⁵¹⁷, to tylko niektóre z wypowiedzianych w trakcie programu (il. 14). Cała rozmowa poświęcona była budowaniu poczucia własnej wartości u kobiet i motywowaniu młodego pokolenia do podejmowania edukacji w różnorodnych dziedzinach. Zarówno ze strony prowadzących, jak i zaproszonych do programu kobiet, można było dostrzec chęć integracji z oglądającymi je widzami. Było to zauważalne chociażby w wypowiedziach prowadzących i gości, którzy za pomocą kierowania słów bezpośrednio do widzów niejako włączali ich w dyskusję. Prowadząca program, Savannah Guthrie, zwracając się do jednej z kobiet, pracującej w straży pożarnej, zapytała: „What do you want little girls, there is a lot of little girls out there watching, what do you hope they see, when they see all of y'all running together?”⁵¹⁸. Rozmówczyni odpowiedziała: „That we break barriers. That you

⁵¹⁶ *TODAY's International Women's Day guests share advice for young girls*, <https://www.today.com/video/today-s-international-women-s-day-guests-share-advice-for-young-girls-1454384195694> [dostęp: 11.02.2020].

⁵¹⁷ „nie pozwól, aby ktokolwiek powiedział ci *nie*”, „nie porzucaj swoich marzeń” (tłum. WM), *TODAY's International Women's Day guests share advice for young girls*, <https://www.today.com/video/today-s-international-women-s-day-guests-share-advice-for-young-girls-1454384195694> [dostęp: 11.02.2020].

⁵¹⁸ „Co chciałybyś, aby małe dziewczynki, które licznie nas teraz oglądają, miały nadzieję zobaczyć, widząc was wszystkie razem?” (tłum. WM), *TODAY's International Women's Day guests share advice for young girls*, <https://www.today.com/video/today-s-international-women-s-day-guests-share-advice-for-young-girls-1454384195694> [dostęp: 11.02.2020].

can aspire to be anyone you want to be (...)”⁵¹⁹. Dzięki wypowiedziom formułowanym w ten sposób, dystans pomiędzy uczestnikami programu a widzami został zmniejszony, co sprawiło, że przekaz stał się bardziej uniwersalny.

Ilustracja nr 13

Układ trójkątny oraz aliteracja: *First, fierce & female* zwiększa oddziaływanie perswazyjne na odbiorcę. Reprezentantki z agencji NASA, lotniska wojskowego Oceana oraz nowojorskiej straży pożarnej w rozmowie z prowadzącymi *Today*



Źródło: *TODAY's International Women's Day guests share advice for young girls*, <https://www.today.com/video/today-s-international-women-s-day-guests-share-advice-for-young-girls-1454384195694> [dostęp: 11.02.2020].

Ilustracja nr 14

Aliteracja: *Space station shoutout* zwiększa oddziaływanie perswazyjne na odbiorcę. Widzowie *Today* zebrani przy ekranie, na którym wyświetlono nagrany podczas misji NASA przekaz od astronautki Anne McClain



Źródło: *TODAY's International Women's Day guests share advice for young girls*, <https://www.today.com/video/today-s-international-women-s-day-guests-share-advice-for-young-girls-1454384195694> [dostęp: 11.02.2020].

⁵¹⁹ „[Chciałabym, aby zobaczyły] że łamiemy bariery; że możesz aspirować do bycia kimkolwiek zechcesz (...)” (tłum. WM), *TODAY's International Women's Day guests share advice for young girls*, <https://www.today.com/video/today-s-international-women-s-day-guests-share-advice-for-young-girls-1454384195694> [dostęp: 11.02.2020].

Równość to jedna z wartości, do której nawiązano w programie pośrednio. Pomimo że sama jej nazwa nie została wypowiedziana, w stwierdzeniu jednej z kobiet pracujących w nowojorskiej straży pożarnej można było usłyszeć słowa wskazujące na walkę o równość. W odpowiedzi na wypowiedź jednej z członkiń bazy wojskowej, która opowiadała o osobach będących dla niej wzorami do naśladowania w trakcie jej kariery, strażaczka podkreśliła: „Women can do it just as well as men”⁵²⁰. Zdanie to wskazuje na wiarę i przekonanie o równych możliwościach kobiet i mężczyzn wykonujących dany zawód.

Solidarność to wartość, która była podkreślana w odcinku pośrednio wielokrotnie. Sama forma programu, a więc stworzenie sceny nie w studiu, a przed nim, umożliwiło zaproszenie do występu i rozmowy w *Today* wielu kobiet. Niezależnie od wykonywanego zawodu, stanęły one obok siebie na scenie, pełniąc rolę motywatorek oglądających je w programie kobiet, przez co widać było ich solidaryzowanie się między sobą. Podczas programu niejednokrotnie zwracano się do widzów, włączając ich do przeprowadzanej na żywo rozmowy. Kiedy prezenterka Hoda Kotb zapytała jedną z kobiet pracujących w agencji NASA: „What do you tell little girls who are looking at this incredible group of women and wondering, like: *Could that ever be me?*”, ta odpowiedziała: “I would tell them: *don't give up on your dreams. You just gotta go for them and you can be working with NASA (...)*”⁵²¹. Przytoczona wypowiedź ma charakter potoczny, co zwiększa zasięg jej odbioru.

Wartość, jaką jest odwaga, także została zaprezentowana w odcinku pośrednio. W omawianym odcinku dotyczy ona zarówno odwagi do wykonywania zawodów niejednokrotnie niebezpiecznych oraz wymagających dużej siły fizycznej oraz psychicznej, jak i odwagi wyrażanej poprzez sprzeciwienie się wciąż istniejącym i licznym grupom negatywnie oceniającym kobiety wyłamujące się poza patriarchalne standardy.

⁵²⁰ “Kobiety mogą to zrobić [wykonać tę pracę] tak samo dobrze jak mężczyźni” (tłum. WM), *TODAY's International Women's Day guests share advice for young girls*, <https://www.today.com/video/today-s-international-women-s-day-guests-share-advice-for-young-girls-1454384195694> [dostęp: 11.02.2020].

⁵²¹ “Co powiesz małym dziewczynkom, które patrzą na tę niesamowitą grupę kobiet i zastanawiają się: *Czy kiedykolwiek będę mogła to być ja?*”, „Powiedziałabym im: Nie rezygnuj z marzeń. Musisz po prostu zawalczyć o nie i będziesz mogła pracować w NASA (...)” (tłum. WM), *TODAY's International Women's Day guests share advice for young girls*, <https://www.today.com/video/today-s-international-women-s-day-guests-share-advice-for-young-girls-1454384195694> [dostęp: 11.02.2020].

Podsumowując, problemem społecznym poruszonym w odcinku jest brak równouprawnienia płci ze szczególnym naciskiem na brak powszechnej akceptacji zawodów uważanych często za *stricte* męskie, także wśród kobiet. W odcinku wypowiedziały się zarówno prezenterki, jak i goście specjalni, których można określić także jako ekspertów. W programie rozmawiano z przedstawicielkami NASA, straży pożarnej oraz bazy wojskowej, których miejsca pracy najczęściej uważane są za te przeznaczone głównie dla mężczyzn. Wartości takie jak równość, solidarność i odwaga omawiane były pośrednio, bez wspomnienia ich nazw. Uczestniczki rozmowy mówiły o nich w sposób emocjonalny. Do równości nawiązano poprzez zaznaczenie, że określone zawody nie są zarezerwowane wyłącznie dla mężczyzn, dzięki czemu każdy może wybrać upragnioną i z różnych względów odpowiednią dla siebie ścieżkę kariery. Solidarność była zaznaczana wielokrotnie – za każdym razem, kiedy wybrana przez prowadzące rozmówczynie wypowiadała się na temat wsparcia pomiędzy współpracującymi z nią kobietami, a także przy deklaracji pomocy nowo rekrutowanym kobietom. Wartość, jaką jest odwaga, dotyczy z jednej strony odwagi przy wykonywaniu zawodów mogących uchodzić za niebezpieczne lub bardzo wymagające, natomiast z drugiej strony odwagi wyrażanej poprzez stawanie naprzeciw tym, którzy negatywnie oceniają osoby wyłamujące się poza patriarchalne standardy. Informacje o temacie przekazywane były najczęściej w sposób subiektywny. Wypowiedzi prowadzących oraz gości zawierały bowiem własne opinie każdej z wypowiadających się osób. Niejednokrotnie użyto także bezpośrednich zwrotów do odbiorców takich jak np. „(...) You can be anyone you want to be. It doesn't matter what size you are. We have a free training program that will get you in shape”⁵²². Zwroty takie jak te, a więc kierowane do kobiet oglądających program przed telewizorami, ale także na żywo pod sceną, formułowane były w formie drugiej osoby liczby pojedynczej i/lub mnogiej, aby podkreślić integrację pomiędzy gośćmi a widzami. Łączy się to także z użyciem w programie najczęściej języka potocznego oraz ujęciem tematu w sposób uniwersalny.

⁵²² „Możecie zostać kimkolwiek chcecie. Nie ma znaczenia jaki rozmiar nosicie. Oferujemy darmowy program treningowy, który sprawi, że uzyskacie odpowiednią formę, aby stać się nowojorską strażaczką” (tłum. WM), *TODAY's International Women's Day guests share advice for young girls*, <https://www.today.com/video/today-s-international-women-s-day-guests-share-advice-for-young-girls-1454384195694> [dostęp: 11.02.2020].

Środki obrazowe zastosowane w odcinku to całkowita zmiana scenerii – z codziennej, studyjnej na specjalną, zaaranżowaną na wolnym powietrzu z udziałem publiczności. Zmiana ta dodatkowo podkreśliła ważność prezentowanego tematu i mogła skupić uwagę nie tylko widzów przed telewizorami i publiczności pod sceną, ale także przypadkowych przechodniów w Nowym Jorku. Podczas wywiadów na scenie można było zauważyć układ trójkątny, a na paskach informacyjnych zastosowano aliterację w hasłach *First, fierce & female* oraz *Space station shoutout*, co zwiększyło oddziaływanie perswazyjne na odbiorcę.

Prezentacja tematu przez *Morgonstudion*:

W Dniu Kobiet 8 marca 2018 roku, prowadzący *Morgonstudion* zaczęli prezentację tematu od danych statystycznych dotyczących śmierci kobiet spowodowanej przemocą domową w Szwecji. Według danych Szwedzkiej Krajowej Rady ds. Zapobiegania Przemocy i Przemocy domowej umiera w Szwecji około 13 kobiet⁵²³. W *Morgonstudion* tego dnia w ramach Dnia Kobiet zdecydowano zwrócić uwagę na ten temat, podkreślając tym samym jego istotność.

Gościem w studiu była Ann Isaksson, dyrektorka szwedzkiego Domu Wsparcia dla Kobiet (szw. Alla Kvinnors Hus), która opowiedziała o nowej kampanii przeciw przemocy domowej zatytułowanej „No More Excuses”. Kampania, stworzona przez Fundację Joyful Heart we współpracy z organizacją NO MORE, której dyrektorką oraz jedną z pomysłodawczyń jest amerykańska aktorka i adwokatka Mariska Hargitay, zyskuje coraz większą popularność na świecie i jest obecna już także w Szwecji. Z pomocą 75 znanych osobistości – począwszy od aktorów oraz prezenterów, poprzez sportowców, aż po polityków i prawników, stworzono kampanię reklamowaną złożoną nie tylko z warsztatów czy wykładów, ale i z m.in. zamieszczonych w sieci kilkuminutowych wideo z krótkim przekazem: „NO MORE silence. NO MORE violence”⁵²⁴. Wykorzystanie w kampanii twarzy znanych osobistości ma zwrócić jeszcze

⁵²³ *Tor 08 mar 6:00*, <https://www.svtplay.se/video/17247898/morgonstudion/morgonstudion-8-mar-06-00?start=auto&tab=2018> [dostęp: 10.03.2018].

⁵²⁴ „NO MORE EXCUSES” VIDEO PSAS, <https://nomore.org/campaigns/public-service-announcements/no-more-excuses-celebrity-psa/television-ads/> [dostęp: 10.03.2018].

większą uwagę na problem, który niekiedy bywa pomijany w mediach, a ze względu na swoją delikatną naturę niejednokrotnie staje się także tematem tabu wśród społeczeństwa⁵²⁵.

Ann Isaksson podkreśliła, że przemoc domowa względem kobiet jest relatywnie dużym problemem w Szwecji, jednak wiele przypadków wciąż nie zostaje zgłoszonych. Ze względu na bliskie relacje, czyli np. małżeństwo, wspólne mieszkanie czy też posiadanie dzieci, kobiety często nie decydują się na reakcję czy prośbę o pomoc ze strony policji, psychologa, czy właśnie chociażby Szwedzkiego Domu Wsparcia dla Kobiet. Dodatkowo, Ann Isaksson zaznaczyła, że są to także sytuacje, które niejednokrotnie do rozwiązania wymagają czasu – często dopiero po kilku latach kobiety zbierają się na odwagę i postanawiają zgłosić sprawę oraz zasięgnąć pomocy. Pomimo tematu, który może budzić wiele emocji, treści zostały przekazane w sposób obiektywny i nieemocjonalny. Wartość, o której mowa w odcinku w sposób pośredni to odwaga, która dodatkowo kontrastuje z jej przeciwieństwem, a więc antywartością, którą jest strach i dzięki temu jest ona bardziej zauważalna w przekazie dla widza.

Reporterzy zapytali również, gdzie znajduje się granica, której przekroczenie definitywnie powinno wiązać się ze zgłoszeniem odpowiednim służbom danej sprawy związanej z przemocą domową. Ann Isaksson podkreśliła, że jednoznacznym sygnałem jest niewątpliwie użycie przez partnera siły fizycznej lub sytuacja, kiedy w kłótnię domową zamieszane są cierpiące z tego powodu dzieci⁵²⁶. Zaznaczyła ona też, że Szwecja jako państwo opiekuńcze gwarantuje swoim obywatelom bezpłatną i anonimową pomoc dla każdej osoby, która zgłosi się ze swoją sprawą do Szwedzkiego Domu Wsparcia dla Kobiet lub skontaktuje się z osobami prowadzącymi kampanię „No More Excuses” np. poprzez dane kontaktowe zawarte na ich stronie internetowej⁵²⁷. Informacja ta ukazuje otwartość i gotowość państwa do pomocy swoim obywatelom, ale także kontestację przeciwko przemocy domowej nie tylko w Szwecji, ale także poza jej granicami. Wartością, która została przekazana widzom, jest zatem solidarność. Pomimo braku wymienienia nazwy wartości, jaką jest solidarność, i zaprezentowaniu jej tu w sposób pośredni, wspomnienie w programie o istniejących kontaktach alarmowych otwartych dla

⁵²⁵ W. Metlenga, *Konstruktionen...*, s. 66-67.

⁵²⁶ *Tor 08 mar 6:00*, <https://www.svtplay.se/video/17247898/morgonstudion/morgonstudion-8-mar-06-00?start=auto&tab=2018> [dostęp: 10.03.2018].

⁵²⁷ *I NEED HELP NOW!*, <https://nomore.org/need-help-now/> [dostęp: 10.03.2018].

każdego kto spotyka się z przemocą domową i potrzebuje pomocy, umożliwiło jej jednoznaczne odczytanie. Pomimo że nie bezpośrednio, w tym fragmencie odcinka zaprezentowano także wartość, jaką jest bezpieczeństwo. Brak wymienienia nazwy nie przeszkodził jednak w jednoznacznym odczytaniu przekazywanej widzom wartości. W ten sam sposób zaprezentowano antywartość, jaką jest poczucie zagrożenia, towarzyszące wspomnianym przez Ann Isaksson kobietom, podczas różnego rodzaju trudnych sytuacji spotykających je we własnych domach na co dzień.

Podsumowując, problemem społecznym poruszonym w odcinku programu *Morgonstudion* jest przemoc domowa. Głos zabrali prezenterzy oraz gość, w roli eksperta. Ann Isaksson jako osoba promująca w Szwecji kampanię „No More Excuses”, podzieliła się informacjami dotyczącymi jej celów i strategii⁵²⁸. Informacje przekazywane były w sposób obiektywny i nieemocjonalny, zachowując prywatność wszystkich osób, których historie posłużyły jako przykłady omawianego problemu. Pomimo uniwersalności problemu, temat został ujęty w odcinku w bardziej lokalny sposób, skupiający uwagę widza na informacjach dotyczących społeczeństwa w Szwecji. Wartości takie jak bezpieczeństwo, równość, odwaga i solidarność nie zostały nazywane w odcinku bezpośrednio, jednak ich przekaz był czytelny i jednoznaczny dla widza. Dodatkowo zostały one zaprezentowane w kontraście do antywartości, jakimi są poczucie zagrożenia i strach. Nawiązania do bezpieczeństwa zostały podkreślane m.in. przez Ann Isaksson. Szwedka zaznaczyła, że Dom Wsparcia dla Kobiet to miejsce gwarantujące wsparcie osobom narażonym na przemoc. Pomimo bezpośredniego nawiązania do kobiet w nazwie instytucji, nie jest ona przeznaczona wyłącznie dla nich. Dom Wsparcia dla Kobiet to też miejsce dla mężczyzn i dzieci, którzy spotkali się z przemocą domową⁵²⁹.

W tym miejscu opisano także równość, która przejawia się w otwartości i chęci pomocy wszystkim, a także braku barier zauważalnym dzięki wspomnianym rozbudowaniu placówki dla osób potrzebujących wsparcia, niezależnie od ich płci, wieku czy pochodzenia. Do odwagi nawiązano natomiast poprzez zaznaczenie, że coraz więcej osób decyduje się na zgłoszenie swojej sytuacji odpowiednim służbom lub instytucjom zaangażowanym w pomoc ofiarom przemocy. Solidarność została zatem opisana poprzez

⁵²⁸ 0:04 / 0:30 NO MORE PSA CAMPAIGN “EXCUSES” :30, https://www.youtube.com/watch?v=YTpk5G_okY [dostęp: 10.03.2018].

⁵²⁹ STÖD VÅRT ARBETE, <https://allakvinnorshus.org/st%C3%B6d-oss/st%C3%B6d-oss> [dostęp: 10.03.2018].

wspomnienie licznych organizacji, które są gotowe do pomocy każdej osobie, która zgłosi się do nich w anonimowej lub jawnej formie. Tym samym, prezentowany przez *Morgonstudion* obraz kształtowania systemu aksjologicznego przez media w Szwecji po raz kolejny ukazuje otwartość i gotowość państwa do pomocy swoim obywatelom. Stanowiska prowadzących oraz gości są znakiem sprzeciwu wobec przemocy domowej nie tylko w Szwecji, ale także poza jej granicami. Celem omawianej w odcinku kampanii ma więc być zmniejszenie przemocy domowej, a także samego strachu przed stawianiem jej czoła oraz niezwłocznym zgłaszaniem łamania prawa i podstawowych wartości wyznaczonych do tego służbom.

W programie wykorzystano standardowe studyjne tło znane z innych odcinków *Morgonstudion*. Na ekranie przez cały czas trwania wywiadu wyświetlany był pasek informujący o omawianym temacie, a więc kampanii przeciw przemocy domowej. Główną formą przekazu prezentowaną w omawianym fragmencie odcinka był przekaz ustny, przez co podjęty temat nabrał jeszcze większej powagi, a widz mógł skupić się na ważnych informacjach, takich jak chociażby kontakty alarmowe, przekazywanych przez gościa i dziennikarzy. Słowo i obraz nie wchodzi zatem w programie w relację równorzędną. Dzięki niemal całkowitej rezygnacji z elementów wizualnych, uwaga odbiorcy skupiona została na wypowiedziach uczestników rozmowy.

Prezentacja tematu przez *Nyhetsmorgon*:

Nyhetsmorgon nie podjęło tego dnia identycznych tematów związanych z Dniem Kobiet co *Today*, czy *Morgonstudion*, jednak jeden z paneli dotyczył zagadnień mających z nimi wiele punktów wspólnych. Dzień Kobiet w *Nyhetsmorgon* obfitował w różnorodne dyskusje, z czego najbardziej angażująca wydała się debata dotycząca walki o prawa kobiet. Do studia zostały zaproszone profesor literatury Ebba Witt-Brattström, i Ylva Perera, pisarka i literaturoznawczyni, które dyskutowały z prowadzącymi *Nyhetsmorgon* o zagadnieniach związanych z feminizmem.

W odcinku wyemitowanym 8 marca 2018 roku omawiano m.in. nowe wydanie feministycznego magazynu *Astra*⁵³⁰, który w tym samym roku świętował swoje stulecie.

⁵³⁰ *Astra*, <https://www.astra.fi> [dostęp: 10.03.2018].

Nieprzerwanie od 1918 roku magazyn ten wzbudza zainteresowanie Szwedów dzięki opisywanemu na bieżąco postępowi, który dotyczy równouprawnienia płci w kraju i na świecie. Wydana 8 marca 2018 roku z okazji Dnia Kobiet jubileuszowa publikacja zawiera antologię tego ruchu napisaną przez czołowe feministki pochodzenia szwedzko-fińskiego. Publikacja składa się z 14 tekstów dotyczących takich tematów jak równouprawnienie płci, miłość, przyjaźń, rodzicielstwo czy władza. *Astra* nie tylko uzupełnia obecny stan wiedzy na temat feminizmu, ale też porządkuje kilka z jej aspektów, wnosząc także nowe spojrzenia na znane wcześniej jednak ciągle rozwijające się – zwłaszcza w Skandynawii – tematy.

Zaproszeni goście omawiali w odcinku m.in. swoje artykuły, z czego znaczącą częścią stało się odczytanie fragmentu tekstu Ebby Witt-Brattström przez samą autorkę. Jak zaznaczyła, został on napisany przed kampanią #MeToo, więc nie zawiera dopełnienia dotyczącego tego międzynarodowego ruchu. W odczytanym fragmencie można jednak rozszyfrować zakodowane w nim odwołania do przykładów zachowań feministycznych i antyfeministycznych znanych z kultury współczesnej. Autorka w swoim tekście, którego fragmenty cytuje w programie, nawiązuje m.in. do faktu, że laureatami Nagród Nobla i Nagród Augusta są w większości mężczyźni; pisze także o feministycznych tekstach piosenek zawartych na nowej płycie popularnej wokalistki Beyoncé, cytując jej piosenkę „Formation” czy też nawiązuje do dotyczących kobiet wulgarnych wypowiedzi prezydenta Stanów Zjednoczonych Donalda Trumpa⁵³¹. Każde z tych nawiązań miało zwrócić uwagę na to jak z jednej strony rozwija się i ewoluuje feminizm, a z drugiej jak bardzo wciąż potrzebne jest jego propagowanie na całym świecie⁵³².

Szwedzki program śniadaniowy nie tylko promuje samą publikację będącą antologią ruchu feministycznego od jego powstania do dziś, ale również ukazuje społeczeństwo szwedzkie jako bardzo zaangażowane w rozwój tego kierunku. Feminizm i walka o równouprawnienie płci stają się jednymi z podstawowych ruchów oraz ideologii tożsamy z obrazem państwa opiekuńczego w Szwecji, który kreuje i propaguje szwedzka komercyjna telewizja śniadaniowa poprzez przekazywane w niej wartości.

⁵³¹ *Feminismens framtid: “Vi måste ha med oss männen”*, <https://www.tv4.se/nyhetsmorgon/klipp/feminismens-framtid-vi-m%C3%A5ste-ha-med-oss-m%C3%A4nnen-3960465> [dostęp: 10.03.2018].

⁵³² W. Metlenga, *Konstruktionen...*, op. cit., s. 67-68.

Jedną z propagowanych w odcinku wartości jest równość. Pomimo że nie mówi się o niej bezpośrednio, odczytanie jej przez widza nie jest utrudnione. Dzieje się tak, ponieważ podczas rozmowy z gośćmi, temat dotyczący równouprawnienia, a więc równego traktowania kobiet i mężczyzn, przewija się przez cały czas. Równość jest kluczową wartością potrzebną do uzyskania współmiernych praw dla obu płci. Nierówność to natomiast antywartość, która, jak zauważają ekspertki, wciąż widoczna jest w obecnych czasach na tyle, że walka o równouprawnienie trwa. Inną wartością, która pośrednio również pojawia się w odcinku, jest solidarność. Do wartości tej nawiązano wspominając ruch #MeToo, który dzięki połączeniu sił osób solidaryzujących się z ofiarami przemocy seksualnej, w krótkim czasie stał się popularny na całym świecie. Ekspertki przyznały, że gdyby omawiane przez nie w odcinku teksty zostały napisane rok później, a więc po rozpoczęciu ruchu #MeToo, miałyby bardziej pozytywny wydźwięk, właśnie ze względu na dużą zauważalną różnicę w podejściu do tego tematu na świecie od końca 2017 roku.

Podsumowując, w wypadku omawianego fragmentu *Nyhetsmorgon* to nie problem społeczny, a sam rozwój ruchu feministycznego i promowanie go jest głównym tematem tej części odcinka. Nastroje w studiu nie były bojowe w sensie nawoływania do naprawy lub zmiany czegoś, tak, jak w wypadku odcinka *Today*, ale także nie tak powściągliwe jak w *Morgonstudion*. W *Nyhetsmorgon* nastrój zarówno gości, jak i prowadzących był pozytywny, co przełożyło się na taki też sposób omawiania tematu i było zauważalne dla odbiorców. Do programu zostały zaproszone ekspertki, literaturoznawczynie, które posługując się językiem naukowym przedstawiły temat m.in. poprzez przeczytanie i skomentowanie kilku fragmentów swoich publikacji, dzięki czemu przybliżyły go zarówno prezenterom jak i widzom. Pomimo bazowania na przykładach z własnych artykułów, omówiły one temat w sposób obiektywny i nieemocjonalny. Ekspertki użyły zaimków w pierwszej osobie liczby mnogiej dla podkreślenia, że omawiany temat dotyczy wszystkich niezależnie od pochodzenia, płci, wieku czy języka ojczystego. Użycie wyrażen takich jak „musimy mieć wśród nas także mężczyzn” lub „jesteśmy na drodze, aby tworzyć feministyczną przyszłość po #MeToo”⁵³³, podkreśla wielowymiarowość oraz uniwersalność tematu.

⁵³³ Oryginał: “Vi måste ha med oss männen”, “Vi är på väg att skapa den här [feministisk framtid] efter #Metoo”, *Feminismens framtid*: “Vi måste ha med oss männen”, *Feminismens framtid*: “Vi måste ha med oss männen”, <https://www.tv4.se/nyhetsmorgon/klipp/feminismens-framtid-vi-m%C3%A5ste-ha-med-oss-m%C3%A4nnen-3960465> [dostęp: 10.03.2018].

Wartości, o których mowa w odcinku, to równość i solidarność. Nie pojawiają się one bezpośrednio w wypowiedziach prowadzących. Niemniej jednak, poprzez jasny przekaz prezentowany zarówno przez gości jak i dziennikarzy w rozmowie o feminizmie i walce o prawa kobiet, odczytanie przekazywanych wartości nie sprawia trudności widzom. Równość jest bowiem wartością niezbędną do stworzenia omawianych w programie jednakowych praw dla kobiet i mężczyzn, a solidarność to wartość, która jest nieodłącznym elementem wspomnianego w odcinku ruchu #MeToo i rozwoju feminizmu. Przekaz stał się jeszcze bardziej czytelny dzięki nawiązaniu w wywiadzie także do antywartości, jaką jest nierówność, sprowadzanej w tym wypadku do seksizmu. Walka o równouprawnienie jest jednocześnie walką z omawianą antywartością.

Środki obrazowe, które zostały zastosowane przez *Nyhetsmorgon* w omawianym odcinku, to jedynie wyświetlenie symbolu płci żeńskiej na ekranie w studiu oraz standardowego paska u dołu ekranu, informującego o prezentowanym aktualnie temacie (il. 15). Relacja pomiędzy słowem a obrazem w odcinku nie jest więc równorzędna. W rezultacie uwaga widza została skierowana głównie na słowa ekspertek. Rozmowa została przeprowadzona w charakterystycznej dla *Nyhetsmorgon* „domowej” scenerii, typowej dla większości programów śniadaniowych.

Ilustracja nr 15

Ebba Witt-Brattström i Ylva Perera w rozmowie z prowadzącymi program w studiu *Nyhetsmorgon*
Hasła na pasku informacyjnym: *Przyszłość feminizmu*
Nowa antologia o feminizmie teraz i dawniej (tłum. WM)



Źródło: *Feminismens framtid: "Vi måste ha med oss männen"*,
<https://www.tv4.se/nyhetsmorgon/klipp/feminismens-framtid-vi-m%C3%A5ste-ha-med-oss-m%C3%A4nnen-3960465> [dostęp: 10.03.2018].

Wartości prezentowane w ramach odcinków:

Podobnie jak w wypadku wcześniej omawianego tematu, tak i tym razem, jedną z głównych wartości prezentowanych w ramach wspomnianych powyżej odcinków jest równość. Pojawia się ona w każdym z trzech programów i w każdym mówi się o niej w sposób pośredni. Podczas opisanych fragmentów programów wartość ta wysuwa się na pierwszy plan, niezależnie od kierunku podejmowanej w ramach Międzynarodowego Dnia Kobiet dyskusji. Zarówno w wypadku omawianego przez *Today* tematu dotyczącego rozpowszechnienia różnych typów na pozór męskich zawodów wśród kobiet, omawianego w *Morgonstudion* tematu odnoszącego się do sprzeciwu wobec przemocy domowej, jak i propagowanych w *Nyhetsmorgon* idei feministycznych, promowanie równości stało się wspólnym mianownikiem wybranych tu segmentów. Równość w programach promowana jest zatem zarówno w pracy, codziennym życiu rodzinnym oraz w społeczeństwie, jak i w odniesieniu do towarzyszących ludziom idei, według których starają się postępować na co dzień.

W każdym z programów pośrednio pojawia się jednak jeszcze jedna wspólna wartość, którą jest solidarność. Zarówno w amerykańskim, jak i szwedzkich programach goście oraz prowadzący podkreślili, że bez niej poszerzenie praw i wsparcia względem kobiet, a także ruch #MeToo nie byłby możliwy do osiągnięcia na tak dużą skalę. Solidarność można zauważyć także w samych odcinkach, niekiedy pomiędzy prowadzącymi a gośćmi tak jak w *Today*, pomiędzy uczestnikami rozmowy a wspomnianymi w programie osobami, a także widzami jak w *Morgonstudion* lub pomiędzy samymi ekspertami, tak jak w wypadku *Nyhetsmorgon*. Wartość ta widoczna jest poprzez wzajemną gotowość do pomocy oraz obustronnie okazywane wsparcie, zarówno w formie werbalnej, jak i materialnej.

W tym miejscu warto jednak wyróżnić także inne wartości promowane w programach wśród widzów w ramach omawianego święta. Podczas emisji odcinka *Today* oraz *Morgonstudion* była to odwaga. Jak podkreślili goście amerykańskiego programu, jeśli chce się rozpocząć karierę w wybranej dziedzinie, nieważne są tusza czy wzrost, ale śmiałość oraz konsekwencja w działaniu. Tylko dzięki niepoddawaniu się i wytrwałości w dążeniu do celu, a także odważnemu sprzeciwianiu się podcinającym skrzydła opiniom, można osiągnąć sukces. W trakcie wykonywania pracy w straży pożarnej, bazie wojskowej, stacji astronautycznej czy innych tego typu instytucjach, odwaga dotyczy

zarówno jednostki, jak i grupy. Siła, skuteczność oraz osiąganie zaplanowanych celów, podyktowane są połączeniem sił zespołu osób, wyznaczonego do pracy w ramach danej misji lub akcji. Te same efekty nie byłyby tu możliwe w wypadku jedynie pracy indywidualnej. W *Morgonstudion* natomiast nawiązano do odwagi poprzez wspomnienie o tym, że coraz więcej osób decyduje się przełamać swój strach i zgłosić przypadki przemocy w rodzinie. Dzięki działaniu na kontraście, a więc pośrednim ukazaniu wartości na tle jej przeciwieństwa, przekaz stał się jeszcze bardziej wyraźny dla widza.

W odcinku wyemitowanym przez *Morgonstudion*, unikatową prezentowaną wartością jest bezpieczeństwo, łączone z pomocą obywatelską oraz sprzeciwem wobec przemocy domowej. Poprzez wyróżnienie tej wartości, program promuje także samą świadomość dotyczącą tego tematu wśród szwedzkiego społeczeństwa. W odcinku zaznaczono, że pomimo iż omawiany problem społeczny to dla wielu temat tabu, należy o nim mówić oraz szukać pomocy, zarówno, jeśli jesteśmy świadkami, jak i ofiarami przemocy w rodzinie. Dzięki sięgnięciu po wsparcie, można zapewnić bezpieczeństwo nie tylko sobie, ale także innym.

W każdym z trzech programów, chociaż zostały omówione jedynie pośrednio, wartości przedstawiono czytelnie i jednoznacznie, dzięki czemu mogły one trafić do szerokiej grupy odbiorców. Jednakże, w przeciwieństwie do amerykańskiego programu, w obu programach szwedzkich, omówiono także antywartości, które dzięki zastosowaniu kontrastu, zwróciły jeszcze większą uwagę widzów na propagowane w odcinkach przekazy. W *Morgonstudion* nawiązano do poczucia zagrożenia łączonego z przemocą domową, dzięki czemu waga wartości, jaką jest bezpieczeństwo stała się jeszcze bardziej widoczna. W *Nyhetsmorgon* wspomniano zaś o nierówności, łączonej w wypadku omawianego tematu z seksizmem. Dzięki ukazaniu tej antywartości, potrzeba walki o równouprawnienie stała się w przekazie jeszcze wyraźniejsza.

Komentarz:

W każdym z wybranych przeze mnie do analizy programów, opisany powyżej temat przedstawiono z naciskiem na motywowanie społeczeństwa do zwrócenia większej uwagi na problem walki o prawa kobiet. Jednakże, chociaż wspólnymi wartościami, które pojawiły się w każdym z odcinków, są równość i solidarność, poruszany problem

społeczny nie był za każdym razem taki sam. Podczas gdy w *Today* oraz *Morgonstudion* problemami tymi są odpowiednio walka o równouprawnienie oraz przemoc domowa, to w *Nyhetsmorgon* skupiono się na samym rozwoju ruchu feministycznego oraz jego promowaniu.

To jednak nie jedyna zauważalna różnica pomiędzy odcinkami programów. Inne kontrasty można zauważyć przeciwstawiając z kolei *Today* szwedzkim programom śniadaniowym. Po pierwsze, podczas gdy w amerykańskim programie temat został zaprezentowany w sposób emocjonalny i subiektywny, tak szwedzkie wyróżniała obiektywność przy przekazywaniu informacji oraz nieemocjonalny charakter wypowiedzi. Różnicę można zauważyć także w samym języku używanym w odcinkach.

W *Today* używano najczęściej języka potocznego, podczas gdy w *Morgonstudion* oraz *Nyhetsmorgon* język ten był bardziej formalny, a niekiedy nawet naukowy. Środki obrazowe stosowane w odcinkach także różnią się od siebie. Podczas gdy, ze względu na międzynarodowe święto, w *Today* całkowicie zmieniono scenerię na niecodzienną, poprzez użycie specjalnie wykonanej na potrzeby programu sceny na wolnym powietrzu z miejscem na widownię składającą się z kilkuset osób, tak szwedzkie programy pozostały przy tradycyjnych sceneriach studyjnych, znanych z innych realizowanych przez siebie odcinków. Celem amerykańskiego programu mogła być chęć podkreślenia wagi tematu, przez co zdecydowano się na nietypową aranżację, co zwróciło uwagę szerokiej grupy widzów, a także włączyło część z nich do programu na żywo. W rezultacie, w amerykańskim programie *Today* tradycyjna bariera w formie szklanego ekranu, obecna na co dzień w telewizyjnym przekazie, została zburzona.

Inne różnice można zauważyć biorąc pod uwagę zasięg omawianego problemu. Tu z kolei przeciwieństwa można dostrzec pomiędzy z jednej strony *Today* i *Nyhetsmorgon*, a z drugiej *Morgonstudion*. W programie *Today*, podobnie jak w *Nyhetsmorgon*, skupiono się temacie, omawiając go w sposób uniwersalny. Podczas prezentowania informacji nawiązano do innych krajów i kultur, co rozszerzyło tematy na bardziej globalną skalę. W *Morgonstudion* skupiono się w większości na lokalnym przedstawieniu problemu, zawężając główne wątki do sytuacji mającej miejsce w szwedzkim społeczeństwie. Jednakże, prezentowana w odcinku kampania została stworzona w Stanach Zjednoczonych, co zostało podkreślone przez prezenterów. Pomimo skupienia się

głównie na przykładach przemocy domowej w Szwecji, w *Morgonstudion* można dzięki temu odnaleźć element świadczący o próbie ujęcia tematu w bardziej uniwersalny sposób.

Podsumowując, widoczne są zarówno różnice pomiędzy amerykańskim programem, a jego szwedzkimi odpowiednikami, jak i pomiędzy samym publicznym i komercyjnym programem śniadaniowym w Szwecji. Główną różnicą widoczną podczas analizy amerykańskiego i szwedzkich programów jest to, że pierwszy z nich nastawiony jest na jednoznaczny, mocny przekaz, który jest efektem zwiększenia intensywności i bezpośredniości zarówno w formie jak i treści prezentowanych informacji. Poprzez użycie subiektywnych wypowiedzi o charakterze emocjonalnym, niejednokrotnie wzbogacanych o zwroty skierowane do widzów przy użyciu języka potocznego, przekaz prezentowany przez *Today* trafia do odbiorców bardziej bezpośrednio i jednoznacznie nie pozostawia pola do szerokiej interpretacji własnej. Inaczej jest w wypadku szwedzkich programów, które dzięki obiektywnemu i nieemocjonalnemu przekazywaniu informacji przy użyciu bardziej formalnego lub naukowego języka, pozwalają widzom odczytać sens przekazu samodzielnie. Istnieje także różnica pomiędzy samym porannym programem publicznym a komercyjnym. Podczas gdy w *Morgonstudion* zwroty do odbiorców nie są używane, a środki obrazowe ograniczone są do minimum, w *Nyhetsmorgon* zwroty włączające do dyskusji widzów, a więc formułowane przy użyciu pierwszej osoby liczby mnogiej („my” inkluzywne), pojawiają się, a sama sceneria programu w małym, jednak zauważalnym stopniu, nawiązuje do oryginalnie amerykańskiej koncepcji „domowego” studia.

Temat nr 4: Donald Trump i rasizm w USA

Daty emisji odcinków:

Today: 15.07.2019, 16.07.2019

Morgonstudion: 16.07.2019

Nyhetsmorgon: —

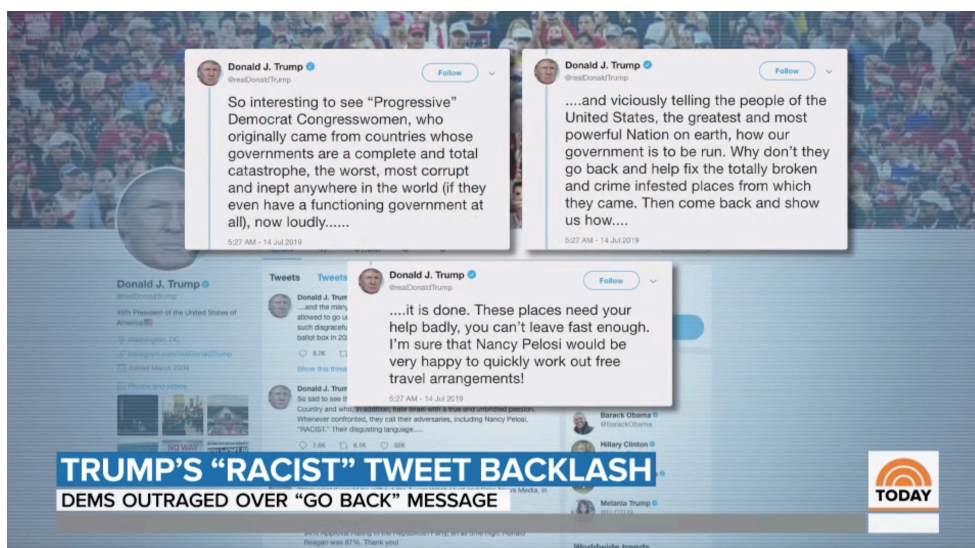
Streszczenie głównych wątków:

14 lipca 2019 roku na swoim profilu na komunikatorze Twitter, Donald Trump opublikował kilka postów, w których skrytykował kongresmenki z Partii Demokratycznej w Stanach Zjednoczonych. Krytyka dotyczyła odmiennej od prezydenckiej postawy kobiet wobec polityki migracyjnej w USA. Grupa kongresmerek – Alexandria Ocasio-Cortez, Ilhana Omar, Ayanna Pressley oraz Rashida Tlaib – nie zgadzała się wcześniej z decyzją prezydenta o deportacji nielegalnych imigrantów. W odpowiedzi, prezydent Stanów Zjednoczonych zamieścił w internecie poniższe wypowiedzi (il. 16):

Ilustracja nr 16

Układ trójkątny prezentowanych na ekranie postów zwiększa oddziaływanie perswazyjne na odbiorcę.

Hasła na paskach informacyjnych: *Reakcja na „rasistowski” post Trumpa*
Demokraci oburzeni postem dotyczącym „powrotu” [kongresmerek] (tłum. WM)



Źródło: *Trump tells congresswomen to 'go back' to countries they came from*,
<https://www.today.com/video/trump-tells-congresswomen-to-go-back-to-countries-they-came-from-63862853743> [dostęp: 20.04.2020].

Prezydent Stanów Zjednoczonych podkreślił, że kongresmenki pochodzą z krajów, w których rządy są „zupełną katastrofą” i są skorumpowane, podczas gdy tylko jedna z nich, Ilhana Omar, urodziła się poza USA, w Somalii. Omar przeprowadziła się do Stanów Zjednoczonych z rodziną jako dziecko i uzyskała obywatelstwo USA w 2000 roku⁵³⁴. Donald Trump zasugerował w postach, aby kobiety wróciły do swoich krajów, aby pomóc tamtejszym rządóm, pisząc: „(...) Why don't they go back and help fix the totally broken and crime infested places from which they came. Then come back and show us how it is done (...)”⁵³⁵. W odpowiedzi na ten komentarz, Alexandra Ocasio-Cortez napisała: „Mr. President, the country I «come from» & the country we all swear to, is the United States”⁵³⁶.

Podczas konferencji prasowej, która odbyła się kilka dni później, kongresmenki będące członkiniami Izby Reprezentantów USA zarzuciły prezydentowi Trumpowi nie tylko rasizm i ksenofobię, ale także fakt, że swoimi słowami i decyzjami narusza prawa człowieka⁵³⁷. Podobnie sytuację tę komentowały nie tylko amerykańskie, ale i europejskie media, które podkreśliły za kongresmenkami, że prezydent Trump promuje nie wartości, które Stany Zjednoczone chciałyby utrzymać i szerzyć wśród swoich obywateli, ale niemal zupełnie ich przeciwieństwa⁵³⁸. Zamiast równości, solidarności czy tolerancji, język i sposób wypowiedzi, którego używa Donald Trump niejednokrotnie nawołuje do szerzenia antywartości wśród amerykańskiego społeczeństwa.

⁵³⁴ N. Fandos, K. Rogers, *Trump Tells Congresswomen to 'Go Back' to the Countries They Came From*, <https://www.nytimes.com/2019/07/14/us/politics/trump-twitter-squad-congress.html> [dostęp: 20.04.2020].

⁵³⁵ „(...) Dlaczego nie wrócą, aby pomóc naprawić miejsca, z których pochodzą oraz które są całkowicie zepsute i zainfekowane przestępczością, a później przyjadą do USA i pokażą nam jak to się robi? (...)” (tłum. WM), N. Fandos, K. Rogers, *Trump Tells Congresswomen to 'Go Back' to the Countries They Came From*, <https://www.nytimes.com/2019/07/14/us/politics/trump-twitter-squad-congress.html> [dostęp: 20.04.2020].

⁵³⁶ „Panie Prezydencie, państwem, z którego pochodzę, i państwem, na które wszyscy przysięgamy, są Stany Zjednoczone” (tłum. WM), N. Fandos, K. Rogers, *Trump Tells Congresswomen to 'Go Back' to the Countries They Came From*, <https://www.nytimes.com/2019/07/14/us/politics/trump-twitter-squad-congress.html> [dostęp: 20.04.2020].

⁵³⁷ *Alexandria Ocasio-Cortez On Trump's Comments, Tweets: 'This Is All A Distraction' | NBC News Now*, <https://www.youtube.com/watch?v=JVYLYQFhP6c> [dostęp: 20.04.2020].

⁵³⁸ M. Urzędowska, *Trump do nowych kongresmenek: Wracajcie, skąd przyjechaliście*, <https://wyborcza.pl/7,75399,24995100,trump-do-nowych-kongresmenek-wracajcie-skad-przyjechalyscie.html> [dostęp: 20.04.2020].

Prezentacja tematu przez *Today*:

15 lipca 2019 roku w *The Today Show* rozpoczęto omawiać wyżej wymieniony temat od przedstawienia wybranych wypowiedzi umieszczonych na portalu Twitter w odpowiedzi na posty Donalda Trumpa związane z czterema kongresmenkami⁵³⁹. W programie nadmieniono, że niemal z każdej strony słowa Donalda Trumpa zostały ocenione jako rasistowskie⁵⁴⁰. Podkreślono, że oponenci prezydenta, a w tym głównie amerykańscy politycy, zaznaczyli, że jego wypowiedzi były pełne nienawiści. Poparto to w programie poprzez emisję zbioru fragmentów ich negatywnych w stosunku do prezydenta USA wypowiedzi w mediach. Przykładowo, politycy przyznali, że „jest to absolutnie rasistowskie [zachowanie] (...)” oraz że „(...) w tej chwili mamy rasistowskiego prezydenta, który poniża członkinie Izby Reprezentantów Stanów Zjednoczonych względem koloru ich skóry (...)”⁵⁴¹. Antywartość, którą jest nierówność, sprowadzana w tym wypadku do rasizmu, została wspomniana tu bezpośrednio.

W programie podkreślono, że każda z czterech kongresmerek jest obywatelką Stanów Zjednoczonych, poprzez nawiązanie do wypowiedzi prezydenta mówiącej o tym, że powinny one wrócić do swoich państw. Przytoczono także wypowiedź Alexandrii Ocasio-Cortez, która napisała, że Donald Trump nie może wyobrazić sobie Ameryki jako tolerancyjnego kraju oraz post Ayanny Pressley, która zaznaczyła w nawiązaniu do opinii prezydenta, że tak wygląda rasizm, podczas gdy kongresmenki powinny być łączone z tym, czym jest demokracja (il. 17)⁵⁴².

⁵³⁹ S2019 E1140 | 07/15/19, <https://www.nbc.com/today/video/today-july-15-2019/3988619> [dostęp: 20.04.2020].

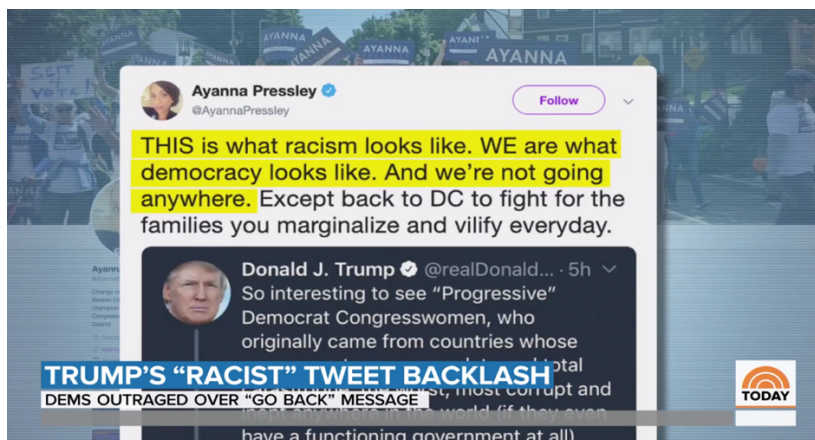
⁵⁴⁰ *Trump tells congresswomen to 'go back' to countries they came from*, <https://www.today.com/video/trump-tells-congresswomen-to-go-back-to-countries-they-came-from-63862853743> [dostęp: 20.04.2020].

⁵⁴¹ Oryginał: “It is absolutely racist (...)”; “Right now we have a president who is demeaning female members of the House of Representatives based on the color of their skin (...)”, *Trump tells congresswomen to 'go back' to countries they came from*, <https://www.today.com/video/trump-tells-congresswomen-to-go-back-to-countries-they-came-from-63862853743> [dostęp: 20.04.2020].

⁵⁴² *Trump tells congresswomen to 'go back' to countries they came from*, <https://www.today.com/video/trump-tells-congresswomen-to-go-back-to-countries-they-came-from-63862853743> [dostęp: 20.04.2020].

Ilustracja nr 17

Odpowiedź kongresmenki Ayanny Pressley na post zamieszczony przez Donalda Trumpa.
Użycie kapitalizacji wzmacnia przekaz, a żółte oznaczenie koncentruje uwagę odbiorcy na wybranym fragmencie



Źródło: *Trump tells congresswomen to 'go back' to countries they came from*,
<https://www.today.com/video/trump-tells-congresswomen-to-go-back-to-countries-they-came-from-63862853743> [dostęp: 20.04.2020].

W programie podkreślono także, że wypowiedź Donalda Trumpa jeszcze bardziej niż wcześniej połączyła przeciwnych jego poglądom Demokratów. Przytoczono również internetową wypowiedź Nancy Pelosi, która wykorzystując hasło wyborcze prezydenta zaznaczyła, że nie chce on zmienić Ameryki na lepszą, a na „białą” (il. 18)⁵⁴³.

Ilustracja nr 18

Aluzja do znanego hasła wyborczego we fragmencie wypowiedzi Nancy Pelosi oraz samo oznaczenie go na żółto zwiększa oddziaływanie perswazyjne na odbiorcę

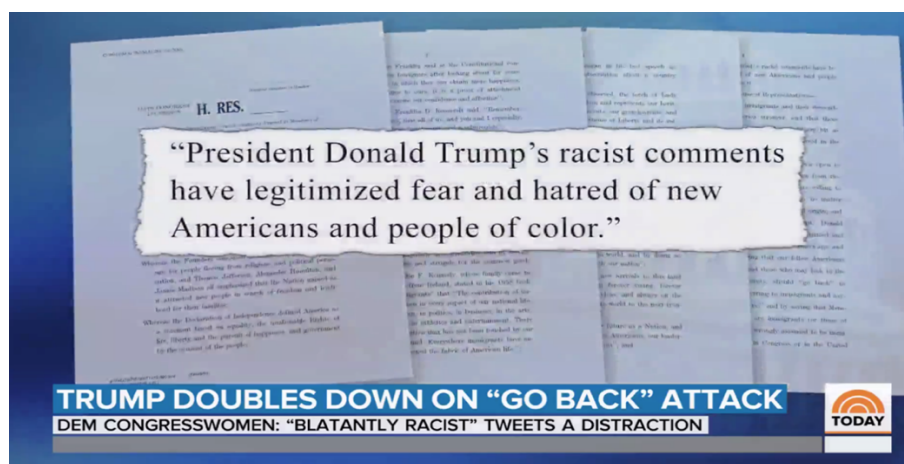


Źródło: *Trump tells congresswomen to 'go back' to countries they came from*,
<https://www.today.com/video/trump-tells-congresswomen-to-go-back-to-countries-they-came-from-63862853743> [dostęp: 20.04.2020].

⁵⁴³ Ibidem.

16 lipca 2019 ponownie powrócono do tematu i przytoczono fragment z uchwały napisanej poprzedniego dnia przez członków Partii Demokratycznej, w której można przeczytać, że rasistowskie komentarze Donalda Trumpa potwierdzają strach i nienawiść do nowych Amerykanów oraz ludzi różnych ras (il. 19). Antywartości te (nierówność, rasizm, strach oraz nienawiść) zostały w tym miejscu zaznaczone bezpośrednio.

Ilustracja nr 19
Wyróżnienie fragmentu wypowiedzi w formie wycinka dokumentu wyświetlonego na ekranie koncentruje na nim uwagę odbiorcy



Źródło: *Trump tells congresswomen to 'go back' to countries they came from*, <https://www.today.com/video/trump-tells-congresswomen-to-go-back-to-countries-they-came-from-63862853743> [dostęp: 20.04.2020].

Na koniec wyemitowano także fragment konferencji zorganizowanej przez Izbę Reprezentantów po wypowiedzi prezydenta, na której wypowiadały się cztery kongresmenki. Podkreśliły m.in., że są wdzięczne za solidarność, wsparcie i zaangażowanie tym, którzy stanęli po ich stronie podczas publikacji najnowszych ksenofobicznych opinii rezydenta Białego Domu⁵⁴⁴. Wartość, jaką jest solidarność, została w tym fragmencie nazwana bezpośrednio⁵⁴⁵. W programie załączono także fragment wypowiedzi Joe Bidena, który podkreślił, że wypowiedzi prezydenta – podczas

⁵⁴⁴ *Congresswomen condemn Trump's 'blatantly racist' attack on them*, <https://www.today.com/video/congresswomen-condemn-trump-s-blatantly-racist-attack-on-them-63927365723> [dostęp: 20.04.2020].

⁵⁴⁵ “We are grateful for your solidarity, your encouragement and your support in the face of the most recent xenophobic remarks from the occupant of the White House”, *Congresswomen condemn Trump's 'blatantly racist' attack on them*, <https://www.today.com/video/congresswomen-condemn-trump-s-blatantly-racist-attack-on-them-63927365723> [dostęp: 20.04.2020].

gdy jego zadaniem jest reprezentacja kraju – są niedopuszczalne i godne pogardy⁵⁴⁶. Co więcej, w programie podkreślono, że także niektórzy reprezentanci Partii Republikańskiej nie zgadzają się z opinią Donalda Trumpa, przytaczając wypowiedź Republikanina Willa Hurda, który zaznaczył, że posty prezydenta są rasistowskie i ksenofobiczne⁵⁴⁷.

Podsumowując, problemem społecznym poruszonym w odcinku są postawy rasistowskie, przejawiające się w wypowiedziach głowy wielokulturowego państwa. Głos w odcinku zabrali bezpośrednio jedynie prezenterzy, jednak pośrednio także politycy, których zdania można było usłyszeć w emitowanych w programie fragmentach ich wypowiedzi. Informacje w programie zostały przedstawione w sposób obiektywny i nieemocjonalny, pomimo że same treści prezentowanych wypowiedzi zawierały wiele subiektywnych opinii wyrażanych w emocjonalny sposób. Język, którego użyto do prezentacji wiadomości w programie można określić jako neutralny, nie zawierający ani zwrotów potocznych ani też opinii ekspertów. Fragmenty, w których użyty został język potoczny, to zaś same cytowane i pokazywane w programie posty Donalda Trumpa, w których na portalu Twitter, prezydent wyraził swoje subiektywne opinie. Temat ujęto w programie w sposób uniwersalny, ponieważ choć sam problem dotyczył wydarzeń w USA, zaprezentowano go poprzez podkreślenie jak ważnym aktorem na arenie międzynarodowej są Stany Zjednoczone oraz jak bardzo wielokulturowe jest i zawsze było to państwo.

Wartością, która wysuwa się na pierwszy plan podczas omawiania tematu w odcinku, jest równość. Nie zostaje ona jednak nazwana w programie bezpośrednio. Poprzez wielokrotne podkreślenie antywartości jaką jest rasizm, wartość ta staje się prosta do odczytania dla oglądającego program widza. Pomagają w tym także stosowane przez *Today* środki obrazowe. W programie w prezentowanych na ekranie wypowiedziach w formie postów kontrowersyjne frazy zostają podkreślone poprzez zaznaczenie ich żółtym kolorem. Zabieg ten jeszcze bardziej skupia uwagę widza na konkretnych fragmentach, które nawiązują pośrednio do wartości, jaką jest równość, oraz

⁵⁴⁶ *Congresswomen condemn Trump's 'blatantly racist' attack on them*, <https://www.today.com/video/congresswomen-condemn-trump-s-blatantly-racist-attack-on-them-63927365723> [dostęp: 20.04.2020].

⁵⁴⁷ "I think those tweets are racist and xenophobic. They are also inaccurate", *Congresswomen condemn Trump's 'blatantly racist' attack on them*, <https://www.today.com/video/congresswomen-condemn-trump-s-blatantly-racist-attack-on-them-63927365723> [dostęp: 20.04.2020].

bezpośrednio do antywartości, takich jak rasizm, strach czy nienawiść. Słowo i obraz uzupełniają się wzajemnie. Prezentowana strona wizualna w formie filmów z wypowiedziami polityków czy zrzutów ekranu pokazujących zamieszczone w internecie posty jest na bieżąco komentowana w programie, co sprawia, że zamierzony przez *Today* przekaz trafia do widzów w sposób jednoznaczny. Bezpośrednio nawiązano w programie natomiast do wartości, jaką jest solidarność. Dzięki wyemitowaniu krótkiego filmu ukazującego skierowaną do Amerykanów wypowiedź kongresmerek, które podkreśliły, że dziękują za okazaną im solidarność i wsparcie, przekaz tej wartości stał się bardzo wyraźny dla oglądających program widzów.

Prezentacja tematu przez *Morgonstudion*:

Temat związany z pejoratywnymi prezydenckimi wypowiedziami na portalu Twitter w stosunku do kongresmerek z Izby Reprezentantów podjęto w *Morgonstudion* 16 lipca 2019 roku. Prowadząca program Camilla Myllynen rozpoczęła omawianie sprawy od emisji krótkiego fragmentu wystąpienia Alexandrii Ocasio-Cortez na konferencji Izby Reprezentantów, podczas której można było usłyszeć negatywną wypowiedź kongresmerek w odpowiedzi na słowa prezydenta USA. Prezentarka zaznaczyła, że nie tylko cztery kongresmerek, które miały być głównym adresatem postów Donalda Trumpa, zabrały głos w sprawie, ale zrobiła to także chociażby ówczesna premier Wielkiej Brytanii Theresa May, krytykując słowa prezydenta.

Do studia zaproszono również amerykańistę, Daga Blancka, który wypowiedział się na powyższy temat podczas krótkiego wywiadu z dziennikarzami prowadzącymi program w studiu (il. 20). Profesor podkreślił, że Donald Trump jest pierwszym od lat prezydentem, u którego brak granic podczas wypowiedzianych silnych i często kontrowersyjnych przemów publicznych⁵⁴⁸.

Chociaż w programie o wartości, jaką jest równość, mówi się jedynie w sposób pośredni, jej przekaz jest dla widza czytelny i jednoznaczny. Dzieje się tak nie tylko dzięki omówieniu sprawy dotyczącej zagadnień kulturowo-rasowych, ale także dzięki

⁵⁴⁸ *Tis 16 jul 6:00*, <https://www.svtplay.se/video/20313114/morgonstudion/morgonstudion-16-jul-06-00?tab=2019> [dostęp: 22.07.2019].

bezpośredniemu zaprezentowaniu antywartości jaką jest rasizm. Nazwa antywartości pojawiła się w programie na pasku informacyjnym, wyświetlanym podczas wywiadu ze szwedzkim naukowcem.

Ilustracja nr 20
Amerykanista, profesor Dag Blanck podczas wywiadu w *Morgonstudion*.
Hasło na pasku informacyjnym: *Trump oskarżony o rasizm*



Źródło: *Tis 16 jul 6:00*, <https://www.svtplay.se/video/20313114/morgonstudion/morgonstudion-16-jul-06-00?tab=2019> [dostęp: 22.07.2019].

Problemem społecznym prezentowanym w *Morgonstudion* są zachowania rasistowskie prezydenta Stanów Zjednoczonych. W odcinku głos zabrali zarówno prowadzący, jak i gość w roli eksperta. W *Morgonstudion* można także mówić o pośrednim zabieraniu głosu przez polityków, których fragmenty wypowiedzi wybrano i wyemitowano w trakcie odcinka. Zaproszony do studia ekspert, który skomentował omawianą sprawę obiektywnie, podobnie jak prowadzący, przekazywał informacje w sposób nieemocjonalny. Język użyty do omówienia tematu należy określić jako naukowy. W programie nie zaprezentowano subiektywnych wypowiedzi, przez co widz miał możliwość dokonania własnej oceny prezentowanego tematu. W *Morgonstudion* wartością, która pojawia się w trakcie odcinka, jednak nie jest nazwana bezpośrednio, jest równość. Jednakże, dzięki nazwaniu i podkreśleniu antywartości jaką jest rasizm, wartość, jaką jest równość staje się jeszcze bardziej czytelna dla odbiorcy. Podkreślają to także środki obrazowe stosowane w programie. Pomimo że *Morgonstudion* obsta przy założonej przez siebie jednostajnej scenerii i minimalistycznemu połączeniu słowa z

obrazem, nazwa antywartości, jaką jest nierówność, sprowadzana w tym wypadku do rasizmu, pojawia się na pasku informacyjnym u dołu ekranu przez niemal cały wywiad z ekspertem. W rezultacie, ułatwia to odczytanie przekazu przez widza.

Prezentacja tematu przez *Nyhetsmorgon*:

Temat związany ze sprawą sporu kongresmenek Izby Reprezentantów z Donaldem Trumpem nie został poruszony w programie *Nyhetsmorgon*. Jest to nieliczny przykład, kiedy temat ważny z punktu widzenia mediów na świecie nie został podjęty w szwedzkiej telewizji komercyjnej. Może to być związane z faktem, iż w tym samym tygodniu większość nowych wiadomości dotyczyła dwóch ważnych dla Szwecji wydarzeń – katastrofy samolotu w Umeå oraz urodzin następczyni szwedzkiego tronu, które są corocznym wydarzeniem niemal na skalę święta narodowego w kraju.

Wartości prezentowane w ramach odcinków:

Wartością, która wysuwa się na pierwszy plan w omawianych powyżej odcinkach *Today* oraz *Morgonstudion*, jest równość. Pomimo że nazwa wartości nie pada bezpośrednio z ust prowadzących czy gości w żadnym z odcinków, staje się ona zauważalna dla widzów m.in. dzięki przekazaniu w obu programach kontrastującej z nią antywartości, jaką jest nierówność, sprowadzanej w tym wypadku do rasizmu. Jej istotność nabiera dużego znaczenia ze względu na specyfikę omawianego w niniejszym temacie państwa. Stany Zjednoczone, które charakteryzuje wielokulturowość, zawsze wyróżniały się jako społeczeństwo składające się z osób będących przedstawicielami wielu ras, religii czy przekonań. Tym bardziej ważną wartością, którą powinien wyznawać każdy prezydent państwa o podobnej specyfice, jest równość. Pomimo widocznie rasistowskich i ksenofobicznych poglądów przedstawianych w wypowiedziach prezydenta USA, prezenterzy obu programów pozostawili większość prezentowanych na ekranie wypowiedzi bez dodatkowych komentarzy z ich strony, co pozwoliło widzom na własną ocenę prezentowanego tematu.

Wartością, która pojawia się bezpośrednio w samym programie *Today*, jest także solidarność. Wartość ta została nazwana przez jedną z kongresmerek podczas wyemitowanego w odcinku fragmentu konferencji zorganizowanej przez Izbę Reprezentantów. W wypowiedzi podkreślono wdzięczność za solidarność, wsparcie i zaangażowanie tym, którzy stanęli po stronie kongresmerek podczas publikacji najnowszych ksenofobicznych opinii rezydenta Białego Domu⁵⁴⁹.

Przekaz wartości w programie *Today* stał się zatem bardziej bezpośredni niż w *Morgonstudion*. W szwedzkim programie prowadzący oraz goście, pomimo czytelnego przekazu wartości oraz antywartości, pozostawili odbiorcom możliwość stworzenia własnej opinii na prezentowany temat, podczas gdy w programie amerykańskim przekaz stał się bardziej jednoznaczny i nie podlegający żadnym spekulacjom czy dyskusji.

Komentarz:

Problemem społecznym poruszonym w obu programach są zachowania rasistowskie Donalda Trumpa, głowy wielokulturowego państwa, jakim są Stany Zjednoczone. Główną wartością, która łączy się z omawianym tematem i zostaje omówiona w obu programach jest równość, której przeciwieństwem jest zaprezentowana w odcinkach antywartość, tj. nierówność, sprowadzana w dyskusjach do rasizmu. W programie *Today* wspomniana została także druga wartość, jaką jest solidarność. Wartość ta została nazwana w wyemitowanym dla widzów filmie prezentującym jedną z kongresmerek, która podczas konferencji Izby Reprezentantów USA podziękowała Amerykanom za okazywaną przez nich w ich stronę solidarność i wsparcie.

Różnicą widoczną w obu programach jest sposób przekazywania informacji. Pomimo próby przedstawienia informacji w sposób obiektywny i nieemocjonalny, w amerykańskim programie *Today*, w przeciwieństwie do szwedzkiego *Morgonstudion* nie pozostawiono możliwości ostatecznej oceny prezentowanego tematu widzowi. W amerykańskim programie, pomimo braku jednoznacznego komentarza ze strony

⁵⁴⁹ “We are grateful for your solidarity, your encouragement and your support in the face of the most recent xenophobic remarks from the occupant of the White House”, *Congresswomen condemn Trump’s ‘blatantly racist’ attack on them*, <https://www.today.com/video/congresswomen-condemn-trump-s-blatantly-racist-attack-on-them-63927365723> [dostęp: 20.04.2020].

prowadzących, materiały w odcinku zostały zmontowane i przedstawione tak, aby uwidocznić problem zauważony przez kongresmenki, a więc – jak podkreślono – rasistowskie wypowiedzi o wspomnianym ksenofobicznym charakterze głoszone przez prezydenta Donalda Trumpa. Zaznaczano to za pomocą prezentacji wspomnianych powyżej postów prezydenta, które analizowano używając podkreśleń graficznych najbardziej kontrowersyjnych zdań w formie wyróżnienia ich na żółtym tle. Dodatkowo, wyemitowano wypowiedzi kongresmerek, a także innych amerykańskich polityków, m.in. Nancy Pelosi, Joe Bidena oraz Willa Hurda, którzy wyrazili swoje negatywne w stosunku do zachowania prezydenta opinie. W programie używano języka, który można określić jako potoczny, a przynajmniej – neutralny. W Morgonstudion temat ten zaprezentowano nieco inaczej. Pomimo, że posty Donalda Trumpa także zostały wyemitowane na ekranie, słowa prezydenta komentowano w sposób bardziej obiektywny i nieemocjonalny. Do programu zaproszono profesora amerykanistę, który posługując się językiem naukowym omówił wypowiedzi prezydenta na tle zagadnień kulturowo-społecznych oraz politycznych dotyczących bezpośrednio Stanów Zjednoczonych. Jego wypowiedź odnosiła się nie tylko do kontekstu historycznego Ameryki Północnej, ale także zawierała prognozy dotyczące możliwych skutków takich wypowiedzi w przyszłości, mogących wpłynąć między innymi na wynik kolejnych wyborów. Co więcej, w szwedzkim programie przytoczono także komentarze innych, w tym także europejskich polityków, jak chociażby wspomniana powyżej Theresa May, ukazując sprawę bardziej w kontekście międzynarodowym, a tym samym zwiększając jej istotność i uniwersalność.

Temat nr 5: A\$AP Rocky i aresztowanie w Szwecji

Daty emisji odcinków:

Today: 26.07.2019

Morgonstudion: 16.07.2019, 26.07.2019

Nyhetsmorgon: 10.07.2019, 12.07.2019, 30.07.2019

Streszczenie głównych wątków:

30 czerwca 2019 roku amerykański raper A\$AP Rocky oraz jego dwaj ochroniarze – Bladimir Corniel oraz David Rispers – zostali zatrzymani przez policję w Sztokholmie ze względu na bójkę, w którą wdali się na ulicy z Mustafą Jafarim, afgańskim 19-letnim imigrantem, będącym szwedzkim obywatelem. Powodem zaistniałej sytuacji miało być zniszczenie przez rapera słuchawek 19-latka, podczas gdy wszyscy znajdowali się w restauracji. Gdy ten domagał się za nie rekompensaty, wychodząc za raperem z lokalu, doszło do wymiany zdań, co przeistoczyło się w bójkę, do której dołączyli dwaj ochroniarze razem rzucając bezbronnego chłopaka na ziemię. Następnie zbiegli oni z miejsca zdarzenia, a po 19-latka przyjechała karetka, która zabrała go do szpitala. Pomimo że nie doznał on ciężkich obrażeń, sprawa niezwłocznie trafiła do prokuratury. A\$AP Rocky przebywał wówczas w Szwecji ze względu na swoją trasę koncertową. Po zdarzeniu zarówno on, jak i dwaj jego ochroniarze, nie mogli wrócić do Stanów Zjednoczonych ze względu na nałożony na nich miesięczny areszt w szwedzkim więzieniu. Szwedzki wymiar sprawiedliwości wziął pod uwagę możliwość ucieczki rapera z kraju przed zakończeniem dochodzenia, wobec tego decyzją prokuratury został on zatrzymany w Szwecji do końca wyjaśnienia sprawy. Jego koncerty mające odbyć się w lipcu – w tym m.in. zaplanowany na dwa dni później występ na festiwalu Open'er w Gdyni – zostały odwołane ze względu na niemożliwość opuszczenia sztokholmskiego aresztu przez rapera.

Za raperem za pośrednictwem mediów wstawili się nie tylko inni amerykańscy muzycy czy celebryci, ale także prezydent Donald Trump. Na swoim profilu na Twitterze napisał on, że skontaktuje się z premierem Szwecji Stefanem Löfvenem, aby otrzymać informacje o tym, co może w tej sytuacji zrobić, aby pomóc Amerykaninowi wrócić do kraju (il. 21).

Ilustracja nr 21
Post Donalda Trump zamieszczony w serwisie Twitter



Donald J. Trump  @realDonaldTrump · 19 lip 2019

Just spoke to @KanyeWest about his friend A\$AP Rocky's incarceration. I will be calling the very talented Prime Minister of Sweden to see what we can do about helping A\$AP Rocky. So many people would like to see this quickly resolved!

 50,9 tys.

 189,3 tys.

 704,6 tys.



Źródło: <https://twitter.com/realDonaldTrump/status/1152307567634391041> [dostęp: 18.02.2020].

Następnego dnia prezydent oświadczył, że rozmawiał z premierem Szwecji, który zapewnił go, iż A\$AP Rocky zostanie potraktowany sprawiedliwie. Co więcej, w związku z obawami szwedzkich władz, że muzyk ucieknie przed ukończeniem dochodzenia, prezydent Stanów Zjednoczonych zaferował, że osobiście poręczy za Amerykanina w momencie ewentualnego wypuszczenia rapera za kaucją. Donald Trump nie wziął jednak pod uwagę różnic w systemie wymiaru sprawiedliwości obu państw. W odpowiedzi na propozycję prezydenta, rzecznik premiera Toni Eriksson zaznaczył, że w rozmowie z prezydentem Löfven wyjaśnił, że w Szwecji sąd i rząd są od siebie zupełnie niezależne oraz że wszyscy obywatele są równi wobec prawa⁵⁵⁰. Tym samym, politycy w żaden sposób nie są w stanie wpłynąć na decyzje sądownicze. W Szwecji nie istnieje też możliwość wpłacenia kaucji za wypuszczenie z aresztu.

Po miesiącu spędzonym w areszcie, A\$AP Rocky otrzymał możliwość powrotu do Stanów Zjednoczonych, jednakże jednocześnie wciąż czekał na ostateczną decyzję sądu w jego sprawie. Osobiste stawienie się w szwedzkim sądzie podczas ogłoszenia decyzji nie jest wymagane. Po 14 dniach od powrotu do USA amerykański raper oraz dwaj jego ochroniarze zostali uznani przez szwedzki sąd za winnych napaści w Sztokholmie i skazani na dwa lata pozbawienia wolności w zawieszeniu. Dodatkowo, zobowiązani zostali także do wpłacenia grzywny na rzecz ofiary w wysokości 12 500 szwedzkich koron⁵⁵¹.

⁵⁵⁰ N. Bose, K. Johnson, *Trump says he 'vouches' for detained U.S. rapper A\$AP Rocky's release in Sweden*, <https://www.reuters.com/article/us-usa-sweden-rapper-idCNKCN1UF0FE> [dostęp: 18.02.2020].

⁵⁵¹ C. Anderson, A. Marshall, *ASAP Rocky Guilty of Assault in Sweden but Won't Face Prison Time*, <https://www.nytimes.com/2019/08/14/arts/music/asap-rocky-sweden-guilty.html> [dostęp: 18.02.2020].

Prezentacja tematu przez *Today*:

W programie *Today*, temat związany ze sprawą, w którą w Szwecji zamieszany był A\$AP Rocky, relacjonowano fragmentarycznie od początku lipca aż do jej zakończenia, a więc do połowy sierpnia. 26 lipca 2019 roku w programie w ramach prezentacji dostępnych dowodów wyemitowano wideo nagrane przez przechodnia relacjonującego bójkę w Sztokholmie oraz to, które zostało nagrane przez samego rapera. W materiale widać dwóch młodych mężczyzn, którzy mieli później zaatakować A\$APa Rocky'ego, podążających za nim ulicami szwedzkiej stolicy. Mężczyźni na nagraniu zignorowali prośbę rapera o zaprzestanie śledzenia go, a jeden z nich miał później rzucić słuchawkami w ochroniarza muzyka. Zaraz po emisji tych dwóch audiowizualnych dowodów, zaprezentowano materiał przedstawiający wypowiedź prawnika Amerykanina, który podkreślił, że A\$AP Rocky działał w samoobronie⁵⁵². Chociaż nie padła tu ich nazwa, wartości, o których mowa w tym fragmencie to bezpieczeństwo i sprawiedliwość.

W *Today* zacytowano także internetowe wypowiedzi prezydenta Donalda Trumpa, wstawiającego się za Amerykaninem i nawołującego szwedzkie władze do niezwłocznej reakcji w tej sprawie. W odcinku zaznaczono też, że znane osobistości takie jak Kanye West, Kim Kardashian czy Justin Bieber, również optowały za zwolnieniem Amerykanina ze szwedzkiego aresztu. Wartość, o której w tym mowa w tym miejscu pośrednio, to zatem solidarność. Podkreślono jednak fakt, że w Szwecji nie ma możliwości wpłacenia kaucji, co sugerował prezydent USA, a także, że – jak zaznaczył Stefan Löfven – w Szwecji wszyscy są równi wobec prawa⁵⁵³. Wartością, która została tu podkreślona bezpośrednio, jest więc równość.

Reporter Keir Simmons przytoczył w programie posty prezydenta Donalda Trumpa z portalu Twitter, w których ten optował za wypuszczeniem rapera na wolność i jego powrotem do Stanów Zjednoczonych⁵⁵⁴. Wolność, to zatem wartość, która została zaprezentowana w tym miejscu w sposób bezpośredni.

⁵⁵² *Trump demands A\$AP Rocky be freed*, <https://www.today.com/video/trump-demands-a-ap-rocky-be-freed-64617541668> [dostęp: 18.02.2020].

⁵⁵³ Oryginał: "In Sweden everyone is equal before the law (...)", *Trump demands A\$AP Rocky be freed*, <https://www.today.com/video/trump-demands-a-ap-rocky-be-freed-64617541668> [dostęp: 18.02.2020].

⁵⁵⁴ Oryginał: "Give A\$AP Rocky his FREEDOM (...)", *Trump demands A\$AP Rocky be freed*, <https://www.today.com/video/trump-demands-a-ap-rocky-be-freed-64617541668> [dostęp: 18.02.2020].

Problemem społecznym poruszonym w opisywanym odcinku *Today* jest kwestia praworządności i relacja obywateli wobec prawa. W programie, oprócz prezenterów, wypowiedziały się pośrednio przede wszystkim łączone ze sprawą osoby, takie jak uczestnicy bójki, prawnik rapera, prezydent USA, czy też celebryci, optujący za zwolnieniem oskarżonego z aresztu. Wszystko to dzięki wyemitowaniu nagrań wideo zarejestrowanych podczas zdarzenia w Sztokholmie, a także fragmentów wypowiedzi prawnika sprzed gmachu sądu oraz postów prezydenta, zamieszczonych w sieci. Nie wystąpili oni w programie bezpośrednio, ale ich wypowiedzi zaprezentowane zostały przez prezenterów *Today*, dlatego też o tym, że zabrali głos można mówić jedynie zaznaczając, że była to forma pośrednia. W programie same informacje zostały przekazane w sposób obiektywny i nieemocjonalny. Wykorzystywany w *Today* język można określić w większości prezentowanych wypowiedzi jako neutralny. Temat został ujęty w sposób uniwersalny, poprzez omówienie opinii i stanowisk zarówno ze strony szwedzkiej jak i amerykańskiej. W programie nazwą wartości, jaka pojawia się bezpośrednio w jednej z prezentowanych wypowiedzi, której autorem jest Donald Trump, jest wolność. Prezydent USA napisał na Twitterze „Dajcie A\$APowi Rocky’emu jego wolność (...)”⁵⁵⁵. Inną wartością, o której mowa bezpośrednio, jest równość, do której nawiązał szwedzki premier w odpowiedzi na apel prezydenta USA, podkreślając, że w Szwecji „wszyscy są równi wobec prawa”⁵⁵⁶. Chociaż nie nazwano bezpośrednio innych wartości łączonych z tematem, m.in. poprzez analizę wyemitowanych w programie słów prawnika rapera, który podkreślił, że A\$AP Rocky działał w samoobronie, można odczytać pośrednio inne wartości, którymi są bezpieczeństwo oraz sprawiedliwość. Wartość ta ma związek z procesem sądowym, którego celem jest sprawiedliwy wyrok w omawianej sprawie. Solidarność to natomiast wartość, która pojawia się pośrednio poprzez zaznaczenie wsparcia nie tylko prezydenta, ale także amerykańskich celebrytów, optujących za zwolnieniem A\$APa Rocky’ego z aresztu.

Słowo i obraz są w programie połączone nierozdzielnie. W *Today* można było obejrzeć oryginalne krótkie filmy, na których widoczna była komentowana w programie relacja z miejsca zdarzenia, a także wyemitowane na ekranie wypowiedzi wspomnianych

⁵⁵⁵ Ibidem.

⁵⁵⁶ Oryginał: “In Sweden everyone is equal before the law (...)”, *Trump demands A\$AP Rocky be freed*, <https://www.today.com/video/trump-demands-a-ap-rocky-be-freed-64617541668> [dostęp: 18.02.2020].

powyżej osób zabierających głos w sprawie w mediach społecznościowych. Wszystko to sprawiło, że przekaz stał się bardziej czytelny dla widzów.

Prezentacja tematu przez *Morgonstudion*:

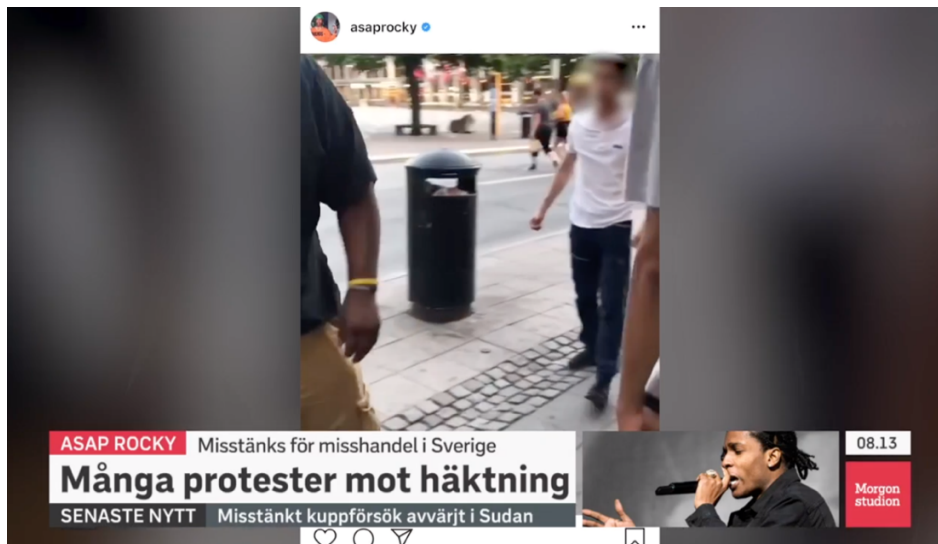
W *Morgonstudion* temat związany ze sprawą A\$APa Rocky'ego podjęto m.in. 16 lipca 2019 roku, kiedy do studia zaproszono Dennisa Mertinssona, eksperta w dziedzinie prawa karnego. Podkreślił on, że aresztowanie osób, które wdały się w bójkę, jest standardową procedurą w Szwecji. Dzieje się tak, pomimo iż, jak podkreślili prowadzący, wielu celebrytów oraz fanów rapera żąda zwolnienia go z aresztu⁵⁵⁷. Amerykanin został zatrzymany w Szwecji, ponieważ brano pod uwagę możliwość jego ucieczki do Stanów Zjednoczonych podczas trwania dochodzenia. Według eksperta raper nie działał jedynie w samoobronie, chociaż A\$AP Rocky oraz jego prawnicy podtrzymują tę wersję zdarzeń⁵⁵⁸. Wartość jaką jest bezpieczeństwo nie zostają tutaj nazwana bezpośrednio jednak można mówić o niej w formie pośredniej.

W odcinku przedstawiono także dodatkowy materiał z miejsca zdarzenia upubliczniony przez A\$APa Rocky'ego na jego koncju na Instagramie, który ma sugerować, że to nie raper oraz jego ochroniarze rozpoczęli bójkę, a jakoby poszkodowany miał ich śledzić i pomimo nawoływań o zaprzestanie tego, miałby kontynuować swoje zachowanie, czym sprowokował zajście (il. 22).

⁵⁵⁷ *Tis 16 jul 6:00*, <https://www.svtplay.se/video/20313114/morgonstudion/morgonstudion-16-jul-06-00?tab=2019> [dostęp: 22.07.2019].

⁵⁵⁸ J. Voss Sundell, *Brottsexperten om ASAP Rocky: Det lutar åt ett åtal*, <https://www.svt.se/kultur/brottsexperten-om-asap-rocky-det-lutar-at-ett-atal> [18.02.2020].

Ilustracja nr 22
Zaprezentowany w *Morgonstudion* fragment filmu zamieszczonego przez ASAPa Rocky'ego
na jego koncie w serwisie Instagram
Hasła na pasku informacyjnym: *Podejrzany o napaść w Szwecji*
Wielu protestuje przeciwko zatrzymaniu (tłum. WM)



Źródło: *Tis 16 jul 6:00*, <https://www.svtplay.se/video/20313114/morgonstudion/morgonstudion-16-jul-06-00?tab=2019> [dostęp: 22.07.2019].

Do tematu powrócono 26 lipca 2019 roku, kiedy połączono się ze studia z reporterem Alexandrem Norénem relacjonującym z Waszyngtonu (il. 23). W oparciu o wypowiedz prezydenta USA można według dziennikarza wnioskować, że jest on rozczarowany i zszokowany brakiem pomocy ze strony szwedzkiego premiera w zwolnieniu Amerykanina z aresztu. Jak przytoczył Norén, Donald Trump podkreślił w swoich postach w serwisie Twitter, że obejrzał materiał z miejsca zdarzenia i jego zdaniem to Amerykanin był śledzony i nękaný przez osobę uznaną za pokrzywdzoną, która prowokowała do rozpoczęcia bójki (il. 24)⁵⁵⁹.

⁵⁵⁹ *Fre 26 jul 6:00*, <https://www.svtplay.se/video/20313082/morgonstudion/morgonstudion-26-jul-06-00?tab=kommande&sida=2> [dostęp: 28.07.2019]

Ilustracja nr 23
Prowadzące *Morgonstudion* w rozmowie z Alexandrem Norénem relacjonującym spod Białego Domu
Hasła na pasku informacyjnym: *Donald Trump zawiedziony Stefanem Löfvenem*
„Szwecja zawiiodła czarnoskórych” (tłum. WM)



Źródło: *Tis 16 jul 6:00*, <https://www.svtplay.se/video/20313114/morgonstudion/morgonstudion-16-jul-06-00?tab=2019> [dostęp: 22.07.2019].

Ilustracja nr 24
Post Donalda Trumpa zamieszczony w serwisie Twitter



Źródło: *Tis 16 jul 6:00*, <https://www.svtplay.se/video/20313114/morgonstudion/morgonstudion-16-jul-06-00?tab=2019> [dostęp: 22.07.2019].

W kolejnym poście prezydent USA podkreślił, że Stany Zjednoczone robią bardzo dużo dla Szwecji, jednakże – jak widać na przykładzie omawianej sprawy – według niego nie działa to obustronnie. Dodatkowo podkreślił, że Szwecja powinna skupić się na swoich własnych problemach związanych z przestępstwami, optując za zwolnieniem

Amerykanina i pozwoleniem na jego powrót do kraju (il. 25)⁵⁶⁰. W wyemitowanym poście Donalda Trumpa wartością, która zostaje nazwana bezpośrednio, jest wolność.

Ilustracja nr 25
Bezpośrednie użycie nazwy wartości (*FREEDOM* – „wolność”) w poście Donalda Trumpa prezentowanym w *Morgonstudion*



Źródło: *Tis 16 jul 6:00*, <https://www.svtplay.se/video/20313114/morgonstudion/morgonstudion-16-jul-06-00?tab=2019> [dostęp: 22.07.2019].

Alexander Norén dodał także, że w Stanach Zjednoczonych – co opiera na informacjach podawanych w amerykańskich mediach – ludzie nie rozumieją, jak funkcjonuje szwedzki system prawny, a tym samym nie zdają sobie sprawy z różnic pomiędzy nim a prawem amerykańskim. Nie każdy także wie, iż popełniając wykroczenie lub zbrodnię za granicą, obywatela innego kraju obowiązuje przejście postępowania karnego w państwie, w którym doszło do zdarzenia łamiącego prawo.

W *Morgonstudion* wyemitowano także fragment wywiadu przeprowadzonego przez Alexandra Noréna z kongresmenem Partii Demokratycznej Adriano Espaillatem. Polityk podkreślił, że śledztwo zostało przedłużone, ponieważ początkowo uznani przez prokuratora za winnych, jeśli weźmie się pod uwagę nowe fakty, mogą być też poszkodowanymi, czego rozwiązanie wymaga dalszego dochodzenia (il. 26). Zaznaczył także, że Szwecja posiada wysokojakościowy system prawny, który może być niezrozumiały dla osób optujących za jak najszybszym zwolnieniem A\$APa Rocky’ego

⁵⁶⁰ Ibidem.

z aresztu. Kongresmen ze swojej strony dodał jednak, że najważniejsza jest sprawiedliwość w procesie i celem amerykańskiej strony jest wyjaśnienie sprawy i powrót trzech Amerykanów do kraju, ponieważ jego zdaniem wina nie leży po stronie oskarżonych⁵⁶¹. Wartością, która została zatem wspomniana bezpośrednio jest sprawiedliwość.

Ilustracja nr 26

Adriano Espaillat podczas wyemitowanego w *Morgonstudion* wywiadu z Alexandrem Norénem



Źródło: *Tis 16 jul 6:00*, <https://www.svtplay.se/video/20313114/morgonstudion/morgonstudion-16-jul-06-00?tab=2019> [dostęp: 22.07.2019].

Problemem społecznym omawianym w programie jest brak poszanowania prawa i różnic kulturowych występujących pomiędzy USA a Szwecją. W odcinku głos zabrali zarówno prowadzący *Morgonstudion* oraz reporter SVT, gość w postaci kongresmena Partii Demokratycznej, z którym przeprowadzono wywiad, jak i ekspert z dziedziny prawa, który wypowiedział się w studiu na temat omawianej sprawy. Informacje zostały przekazane w sposób obiektywny oraz nieemocjonalny. Wartości, które zostały nazwane w programie bezpośrednio to wolność i sprawiedliwość. Wolność została wspomniana w poście Donalda Trumpa, w którym domagał się on wypuszczenia A\$APa Rocky'ego z aresztu, a o sprawiedliwości mówił w wywiadzie kongresmen Adriano Espaillat, który zaznaczył, że najważniejszy dla strony amerykańskiej jest sprawiedliwy przebieg

⁵⁶¹ Oryginał: "We want (...) justice", *Fre 26 jul 6:00*, <https://www.svtplay.se/video/20313082/morgonstudion/morgonstudion-26-jul-06-00?tab=kommande&sida=2> [dostęp: 28.07.2019].

procesu⁵⁶². Wartości, które pojawiają się pośrednio, to bezpieczeństwo i solidarność. Nawiązanie do pierwszej z nich można zauważyć podczas emisji filmów przedstawiających sztokholmską bójkę i próby rozdzielenia oponentów. Solidarność widoczna jest natomiast poprzez próbę wsparcia A\$APa Rocky'ego przez prezydenta USA, który opowiedział się za wypuszczeniem Amerykanina z aresztu.

W programie starano się przedstawić temat z jak największej liczby perspektyw, biorąc pod uwagę zarówno zdania strony szwedzkiej jak i amerykańskiej, przez co temat został zaprezentowany w sposób uniwersalny. W *Morgonstudion* użyto języka formalnego, a niekiedy także naukowego, zwłaszcza w przypadku wypowiedzi eksperta Dennisa Mertinssona.

Środki obrazowe stosowane w programie to głównie połączenie słowa i obrazu na ekranie, przykładowo w formie wyświetlanych i odczytywanych oraz komentowanych postów na portalach społecznościowych czy też emisji wywiadu tłumaczonego za pomocą napisów u dołu ekranu na język szwedzki. Zastosowanie i połączenie tych elementów umożliwiło odbiorcom dokładniejsze zrozumienie tematu, zarówno od strony językowej jak i samej treści przekazywanych informacji.

Prezentacja tematu przez *Nyhetsmorgon*:

Temat związany ze sprawą amerykańskiego rapera pojawił się w *Nyhetsmorgon* pierwszy raz dopiero 10 lipca 2019 roku w formie dyskusji z ekspertem przeprowadzonej w studiu przez prowadzących program dziennikarzy. Jednakże, to właśnie w szwedzkiej telewizji komercyjnej był on omawiany najczęściej oraz z największej liczby perspektyw. Gościem wypowiadającym się w odcinku na wyżej wymieniony temat był Leif GW Persson, szwedzki kryminolog i powieściopisarz, często występujący w roli eksperta lub komentatora w różnych programach szwedzkich telewizji. Persson opisał sytuację mającą miejsce w Sztokholmie pod koniec czerwca 2019 roku, komentując w międzyczasie wyświetlane w studiu materiały w formie krótkich filmów archiwizujących zdarzenie. Ekspert przyznał, że jego zdaniem osadzenie rapera w areszcie na miesiąc, podczas gdy to nie on rozpoczął bójkę, a także ze względu na fakt, iż jest to często spotykane

⁵⁶² *Fre 26 jul 6:00*, <https://www.svtplay.se/video/20313082/morgonstudion/morgonstudion-26-jul-06-00?tab=kommande&sida=2> [dostęp: 28.07.2019].

wykroczenie, jest „bardzo dziwne” (szw. „jättekostigt”) i rzadko prowadzi się sprawy w tak drastyczny sposób⁵⁶³. Co więcej, podkreślił także, że ma nadzieję, iż tego typu postępowanie nie ma związku z chęcią zyskania popularności przez prokuratora prowadzącego sprawę⁵⁶⁴.

Temat ten podjęto w *Nyhetsmorgon* ponownie 12 lipca 2019 roku, kiedy do studia zaproszono Amie Bramme Say, kolumnistkę gazety *Aftonbladet*, Lydię Walsten, redaktor naczelną gazety *Svenska Dagbladet*, a także Jenny Lindahl, menadżerkę firmy *Arena Opinion*. Goście podkreślili, że sprawa aresztowania amerykańskiego rapera ma negatywny wpływ na wizerunek Szwecji ze względu na różne czynniki. Po pierwsze, zaistniała sytuacja łączona jest z konfliktem o podłożu rasowym pomiędzy raperem a szwedzką policją, co może rzutować na obraz wartości, którymi kierują się władze w państwie. Podkreślono też, że na ulicach Sztokholmu widoczne są liczne, wykonane przez mieszkańców plakaty ze sloganami nawołującymi do wypuszczenia rapera z aresztu. Po drugie, jak zaznaczyli goście, sprawa ta może przyczynić się do bojkotu ze strony artystów – w tym głównie raperów ze Stanów Zjednoczonych – którzy w związku z zaistniałą sytuacją będą być może odwoływać swoje koncerty w Szwecji. Taka decyzja może być przez nich podejmowana w obawie przed powtórzeniem się podobnej sytuacji związanej z prawem w stosunku do nich lub ze względu na solidarność z – według wielu niesłusznie – aresztowanym artystą⁵⁶⁵.

30 lipca, czyli w dniu, w którym rozpoczął się proces w Sądzie Rejonowym w Sztokholmie przeciw A\$APowi Rocky’emu, w *Nyhetsmorgon* poruszano powyższy temat kilkakrotnie. Prowadzący połączyli się ze studia z Mathildą Lofdahl, reporterką relacjonującą sprawę ze sztokholmskiego sądu, która potwierdziła, że zainteresowanie procesem jest niezwykle duże, co jest widoczne chociażby poprzez obecność na miejscu dziennikarzy reprezentujących media z różnych części świata, a także tłumu ludzi zainteresowanych sprawą⁵⁶⁶. Aspekt ten świadczy o uniwersalności problemu.

⁵⁶³ *GW om ASAP Rocky: "Olustigt ärende"*, <https://www.tv4.se/nyhetsmorgon/klipp/gw-om-asap-rocky-olustigt-arend-12101895> [dostęp: 29.07.2019].

⁵⁶⁴ *Ibidem*.

⁵⁶⁵ *Amie Bramme Sey om ASAP Rocky häktningen: "På riktigt tråkigt att rap-artister bojkottar Sverige"*, <https://www.tv4.se/nyhetsmorgon/klipp/amie-bramme-sey-om-asap-rocky-häktningen-på-riktigt-tråkigt-att-rap-artister-bojkottar-sverige-12129779> [dostęp: 29.07.2019].

⁵⁶⁶ *Rättegången mot hiphopstjärnan har startat: "Media från all världens hörn är på plats"*, <https://www.tv4.se/nyhetsmorgon/klipp/rättegången-mot-hiphopstjärnan-har-startat-media-från-all-världens-hörn-är-på-plats-12397491> [dostęp: 31.07.2019].

Problemem społecznym poruszonym w odcinku jest odmienny pogląd obywateli na regulacje systemów prawnych w różnych państwach. W *Nyhetsmorgon* wypowiedzieli się zarówno prezenterzy, reporterzy, jak i liczni goście, wśród których był zarówno ekspert kryminolog, redaktorki szwedzkich gazet codziennych, jak i menadżerka szwedzkiej firmy PR-owej. Dzięki zaproszeniu do rozmów gości specjalizujących się w różnych dziedzinach, w programie można było usłyszeć wiele różnych opinii dotyczących omawianego tematu. Goście wyrazili swoje subiektywne opinie w emocjonalny sposób podkreślając, że m.in. sprawa ta ma negatywny wpływ na obraz Szwecji na świecie, a także że czas spędzany przez oskarżonych w szwedzkim areszcie jest zbyt długi. W programie używano języka potocznego, nawet w trakcie wypowiedzi eksperta, który zaznaczył, że według niego postępowanie szwedzkiego wymiaru sprawiedliwości wobec A\$APa Rocky'ego jest „bardzo dziwne”. Temat ujęto w sposób uniwersalny, nawiązując nie tylko do tego co działo się w Szwecji podczas zatrzymania amerykańskiego rapera, ale też jaki wizerunek Szwecji kreuje się zagranicą w wyniku toczącej się sprawy Amerykanina. Wartości prezentowane w programie to sprawiedliwość i solidarność. Pierwsza z nich została nazwana w *Nyhetsmorgon* bezpośrednio, zaś drugą przedstawiono widzom w sposób pośredni. Wartość, jaką jest sprawiedliwość, została podkreślona przez dziennikarkę, która wspomniała o sztokholmskich strajkach, podczas których ludzie używają afiszy z hasłami takimi jak „sprawiedliwość dla Rocky'ego”⁵⁶⁷. Solidarność została z kolei opisana, kiedy jedna z redaktorek podkreśliła, że możliwym trendem będzie w przyszłości bojkotowanie Szwecji przez artystów hip-hopowych, którzy będą odwoływać swoje koncerty w tym kraju, ponieważ będą chcieli okazać komitwę z aresztowanym raperem. Antywartość, o której pośrednio mowa w odcinku, to natomiast rasizm, ponieważ, jak podkreślono w programie, część społeczeństwa upatruje się przyczyn aresztowania rapera i wydłużenia w czasie jego sprawy w jego kolorze skóry.

Środki obrazowe wykorzystywane w programie to komentowane przez uczestników rozmowy materiały ukazujące krótkie filmy ze sztokholmską bójką oraz fragmenty z sali rozpraw, a także wyświetlany u dołu ekranu standardowy pasek

⁵⁶⁷ Oryginał: “Justice for Rocky”, *Amie Bramme Sey om ASAP Rocky häktningen: ”På riktigt tråkigt att rap-artister bojkottar Sverige”*, <https://www.tv4.se/nyhetsmorgon/klipp/amie-bramme-sey-om-asap-rocky-haktningen-pa-riktigt-trakigt-att-rap-artister-bojkottar-sverige-12129779> [dostęp: 29.07.2019].

informacyjny z pseudonimem Amerykanina będącego bohaterem omawianego tematu. Słowo i obraz tworzą w programie zatem relację nierozzerwalną.

Wartości prezentowane w ramach odcinków:

Główną wartością prezentowaną w ramach omawianego powyżej tematu i zaznaczoną w każdym z trzech programów jest sprawiedliwość. Można dostrzec i przeanalizować ją w programach na kilku polach. W *The Today Show* wartość, jaką jest sprawiedliwość, omówiona została pośrednio, kiedy nawiązano do przebiegu procesu dotyczącego A\$AP Rocky'ego. W wypowiedzi dla programu *Today* prawnik Amerykanina podkreślił, że raper działał w samoobronie, dając do zrozumienia, że celem procesu powinien być sprawiedliwy wyrok, który padnie po wzięciu pod uwagę motywu każdej ze stron. Podobnie nawiązano do wartości jaką jest sprawiedliwość w *Morgonstudion*, jednak tym razem nazwano i omówiono ją w programie w sposób bezpośredni. Podczas wywiadu reportera SVT z amerykańskim kongresmenem zostało zaznaczone, że najważniejszy dla strony amerykańskiej jest sprawiedliwy przebieg procesu. W *Nyhetsmorgon* nawiązano do wartości, jaką jest sprawiedliwość, w innym kontekście. Podczas rozmowy prezenterów z gośćmi, Jenny Lindhal podkreśliła, że od czasu upublicznienia sprawy A\$APa Rocky'ego w mediach, w Szwecji odbywają się strajki, gdzie nazwę wartości, jaką jest sprawiedliwość, można zobaczyć na licznych afiszach w Sztokholmie, najbardziej wielokulturowym mieście w kraju.

Z jednej strony, widoczna jest tu walka o sprawiedliwość względem osób oskarżonych oraz bezpośrednio zamieszanych w sprawę. W tym wypadku głównym oskarżonym jest amerykański raper A\$AP Rocky, którego zwolnienia ze szwedzkiego aresztu domagał się m.in. prezydent USA Donald Trump uważając go za niewinnego. Tym samym, wartość jaką jest sprawiedliwość ma tu dotyczyć niesprawiedliwie oskarżonego Amerykanina. Z drugiej strony, sprawiedliwość ma odnosić się także do domagania się, aby wzięto pod uwagę fakt, iż oskarżony jest obywatelem innego kraju. I tu pojawia się sprzeczność, ponieważ każdy z krajów może posługiwać się lub posługuje się różniącymi się od siebie regulacjami prawnymi oraz systemem prawnym. Kiedy wykroczenie lub przestępstwo zostanie popełnione na terenie danego kraju, oskarżony, pomimo że nie jest jego obywatelem, jest poddawany regulacjom prawnym

obowiązującym w państwie, w którym złamał prawo. Przykładowo, jeśli w Stanach Zjednoczonych można wpłacić za oskarżonego kaucję zwalniając go z aresztu, a w Szwecji nie istnieje taka możliwość prawna, odmówienie przyjęcia kaucji przez szwedzką stronę oraz kontynuowanie sprawy według szwedzkiego prawa nie powinno zostać uznane za niesprawiedliwe.

Dwie pozostałe wartości, które również pojawiają się w programach to wolność i solidarność. Pierwsza z nich pojawia się bezpośrednio w *Today* oraz *Morgonstudion* podczas prezentacji postów Prezydenta Trumpa, w których domaga się on wypuszczenia A\$APa Rocky'ego na wolność. Wartość, jaką jest solidarność, zostaje natomiast opisana w *Today*, *Morgonstudion* oraz *Nyhetsmorgon*, jednak w żadnym z programów jej nazwa nie pojawia się bezpośrednio. W programach mówi się o niej podczas nawiązań do wypowiedzi znanych amerykańskich osobistości, które wstawiły się za raperem i poprzez swoją postawę okazują mu wsparcie.

Komentarz:

W każdym z programów temat dotyczący aresztowania A\$APa Rocky'ego został przedstawiony wyczerpująco z nastawieniem na wiele szczegółów dotyczących sprawy. W programie *Today* prezenterzy starali się relacjonować sprawę obiektywnie, jednak przez sam wybór prezentowanych treści, a w tym wypowiedzi Donalda Trumpa, można było odnieść wrażenie, że telewizja ta chce pokazać, że prawdopodobnie po raz pierwszy na taką skalę amerykański prezydent na wiele sposobów próbował wstawić się za czarnoskórym obywatelem Stanów Zjednoczonych. Posiadający amerykańskie obywatelstwo raper został oskarżony i aresztowany w Szwecji według reguł prawnych obowiązujących w tym kraju. Jednocześnie, w *Today* nie bagatelizowano wagi sprawy oskarżonego. Informacje przekazywano w sposób nieemocjonalny z użyciem języka neutralnego. Temat ujęto w sposób uniwersalny i omówiono zarówno medialne komentarze w sprawie ze strony amerykańskiej, jak i szwedzkiej. Wartości, takie jak równość i wolność, pojawiły się w programie bezpośrednio, jednak nie nawiązano w nim do antywartości, które mogłyby dodatkowo wzmocnić przekaz.

W porównaniu do *Today* oraz *Nyhetsmorgon*, w *Morgonstudion* temat przedstawiono najbardziej obiektywnie. Oprócz wyemitowania filmów ukazujących zdarzenie, a także wypowiedzi amerykańskiego prezydenta, można było zauważyć próbę wyjaśnienia sytuacji z wielu perspektyw. Po pierwsze, do studia zaproszono eksperta w dziedzinie prawa, który wyjaśnił różnice pomiędzy amerykańskim a szwedzkim systemem prawnym, które nie tylko dla Amerykanów, ale niewykluczone, że także dla innych narodowości oraz części samych Szwedów mogły być nieznane lub niejasne. Dzięki temu, widz mógł spojrzeć na sprawę z innej strony i dokładniej zrozumieć postępowanie szwedzkich władz i sądownictwa oraz niezgodę na ich decyzje ze strony amerykańskiej. Reporter *Morgonstudion* przeprowadził także wywiad w Stanach Zjednoczonych z kongresmenem Adriano Espaillatem, dzięki czemu widz programu miał możliwość poznania innych opinii także ze strony amerykańskiej, co wpłynęło na większą obiektywność przedstawianych w programie treści. Wartości, takie jak sprawiedliwość i wolność, zostały przekazane w sposób bezpośredni nie tylko słownie, ale także w formie napisów na ekranie, co zwiększyło oddziaływanie treści na odbiorcę.

W *Nyhetsmorgon* można było zauważyć największą ilość prezentowania różnych perspektyw w omawianej sprawie. Do studia zaproszono ekspertów, wśród których był kryminolog, dziennikarze oraz redaktorzy szwedzkich gazet *Aftonbladet* i *Svenska Dagbladet*, a także menadżerka firmy PR-owej. Jednakże wszystkie te perspektywy były omawiane od strony szwedzkiej. Nie dało to widzowi tak szerokiego spektrum jak w wypadku wyboru informacji i montażu w *Morgonstudion*. Co więcej, prezentowane wypowiedzi były niekiedy subiektywne oraz przekazywane w sposób emocjonalny. Antywartość, jaką jest rasizm została przekazana w programie w sposób pośredni, co nie stworzyło ostrego kontrastu z prezentowanymi w odcinku wartościami i w rezultacie nie wzmocniło ogólnego przekazu.

Temat nr 6: Pomysł kupna Grenlandii przez USA

Daty emisji odcinków:

Today: 19.08.2019

Morgonstudion: 20.08.2019

Nyhetsmorgon: 20.08.2019, 24.08.2019

Streszczenie głównych wątków:

16 sierpnia 2019 roku w gazecie *The Wall Street Journal* pojawiła się informacja o chęci kupna Grenlandii przez prezydenta Stanów Zjednoczonych Donalda Trumpa⁵⁶⁸. Grenlandia jest wyspą, która jest autonomicznym regionem zależnym od Danii. Chociaż geograficznie położona jest w Ameryce Północnej, to politycznie, kulturowo, społecznie i historycznie jest europejska. Początkowo oferta prezydencka została odebrana przez media jako żart. Niemniej jednak propozycja Donalda Trumpa była jak najbardziej poważna. Oferta została skierowana do rządu w Kopenhadze, po czym premier Danii Mette Frederiksen uznała ją za „absurdalną”, sugerując, że nie jest zainteresowana omówieniem sprzedaży Grenlandii⁵⁶⁹.

Po publicznej wypowiedzi premier Danii, Prezydent Donald Trump ogłosił na swoim koncie na Twitterze, że rezygnuje ze zbliżającej się wizyty w Danii, która miała odbyć się na początku września 2019 roku. Niedługo później oficjalną informację potwierdziła strona duńska. Donald Trump otrzymał zaproszenie od duńskiej królowej Małgorzaty II, jednak po wypowiedzi premier Frederiksen uznał, że decyzja o odwołaniu lub ewentualnym przełożeniu wizyty będzie zaoszczędzeniem wysiłku i kosztów dla obu państw (il. 27).

⁵⁶⁸ R. Ballhaus, M. C. Bender, A. Restuccia, V. Salama, *President Trump Eyes a New Real-Estate Purchase: Greenland*, <https://www.wsj.com/articles/trump-eyes-a-new-real-estate-purchase-greenland-11565904223> [dostęp: 20.02.2020].

⁵⁶⁹ *Trump cancels Denmark visit amid spat over sale of Greenland Published*, <https://www.bbc.com/news/world-us-canada-49416740> [dostęp: 20.02.2020].

Ilustracja nr 27

Posty Donalda Trumpa w serwisie Twitter potwierdzające odwołanie przez niego wizyty w Danii ze względu na brak zainteresowania sprzedażą Grenlandii ze strony duńskiej



Źródło: <https://twitter.com/realdonaldtrump/status/1163961884225277954> [dostęp: 20.02.2020].

Prezentacja tematu przez *Today*:

W programie *Today* powyższy temat podjęto 19 sierpnia 2019 roku, kiedy prowadząca podkreśliła, że dla Donalda Trumpa, jak sam mówi, propozycja kupna Grenlandii nie jest żartem, a ważnym i dużym interesem. Wyemitowano krótki wywiad z prezydentem, który potwierdził, że ten teren jest dla niego istotny ze względów strategicznych, a także, że w wypadku odmowy Dania traci niemal 700 milionów dolarów, które mogłaby zarobić na tej inwestycji rocznie (il. 28)⁵⁷⁰.

⁵⁷⁰ *President Trump confirms his interest in buying Greenland*, <https://www.today.com/video/president-trump-confirms-his-interest-in-buying-greenland-66468933750> [20.02.2020].

Ilustracja nr 28

Ukazane w multimodalnym przekazie (za pomocą obrazu po lewej stronie, słów wypowiedzianych przez prezydenta USA oraz napisów na ekranie) kontrastowe porównanie kraju i łączonej z nim kultury oraz ludzi do nieruchomości na sprzedaż. Hasła na pasku informacyjnym: „Zasadniczo jest to wielka transakcja nieruchomości”
Trump potwierdza zainteresowanie kupnem Grenlandii (tłum. WM)



Źródło: *President Trump confirms his interest in buying Greenland*,
<https://www.today.com/video/president-trump-confirms-his-interest-in-buying-greenland-66468933750>
[20.02.2020].

W odcinku przedstawiono także opinię premier Danii Mette Frederiksen, która odwiedzając Grenlandię uspokoiła tamtejszych mieszkańców i media mówiąc, że Grenlandia nie jest na sprzedaż. Jak podkreśliła premier, Grenlandia nie należy do Danii, a do Grenlandii i ma nadzieję, że propozycja prezydenta USA nie jest poważna (il. 29)⁵⁷¹. Pośrednio przedstawiono tu zatem wartość, jaką jest racjonalność, która została uwypuklona poprzez jej przeciwieństwo – antywartość, jaką jest brak racjonalności.

⁵⁷¹ *President Trump confirms his interest in buying Greenland*, <https://www.today.com/video/president-trump-confirms-his-interest-in-buying-greenland-66468933750> [20.02.2020].

Ilustracja nr 29
Wypowiedź premier Danii Mette Frederiksen negująca propozycję
kupna Grenlandii przez Donalda Trumpa



Źródło: *President Trump confirms his interest in buying Greenland*,
<https://www.today.com/video/president-trump-confirms-his-interest-in-buying-greenland-66468933750>
[20.02.2020].

W programie *Today* podkreślono, że pomysł kupna Grenlandii przez USA nie jest nowy. Tę ofertę zaproponowano już wcześniej dwukrotnie – raz w 1867, a następnie w 1946 roku. Obie propozycje zostały jednak odrzucone. W odcinku przedstawiono także kilka opinii mieszkańców Grenlandii, którzy jednogłośnie uznali pomysł amerykańskiego prezydenta za kuriozalny⁵⁷². Dodatkowo, prowadząca program Andrea Mitchell zaznaczyła, że pod koniec miesiąca Donald Trump ma w planach przyjazd do Danii podczas swojej wizyty w Europie i podkreśliła, że po jego propozycji związanej z kupnem Grenlandii nastroje podczas tej wizyty mogą być nieco niezręczne⁵⁷³.

Problemem społecznym poruszonym w odcinku jest lekceważący sposób traktowania suwerenności małych społeczeństw. W odcinku głos zabrali głównie prowadzący, ale pośrednio także Grenlandczycy, których wypowiedzi, obok słów Donalda Trumpa oraz premier Mette Frederiksen, wyemitowano w programie. Język, którego użyto w *Today* można uznać za neutralny, jednak niektóre wypowiedzi miały charakter emocjonalny, a informacje przekazano w sposób subiektywny. Przykładem

⁵⁷² Ibidem.

⁵⁷³ Ibidem.

mogą być słowa jednej z Grenlandek, wyemitowane podczas odcinka, kiedy ta kierując drugą część swojej wypowiedzi do Donalda Trumpa podkreśliła: „[Donald Trump] może kupić wszystko jak sądzę albo jak on sądzi, ale... nie jest to możliwe. Przykro mi. [Grenlandia] to ludzie, to kraj, to kultura”⁵⁷⁴.

Temat został ujęty w sposób uniwersalny, o czym świadczy przedstawienie go widzom zarówno ze strony amerykańskiej, grenlandzkiej jak i duńskiej. W odcinku zaprezentowano wypowiedzi reprezentantów każdego z wymienionych krajów, co pozwoliło widzom na analizę tematu poprzez szersze spektrum kulturowe. W programie nie nazwano bezpośrednio ani wartości, ani antywartości, jednak, kiedy przeanalizuje się wspomniane wypowiedzi Grenlandczyków, można dojść do wniosku, że wartością, o której mówią, a której zabrakło nie tylko w słowach, ale samym pomysłem prezydenta USA, jest szacunek do zamieszkujących wyspę ludzi, ich kraju oraz kultury. Inną przekazaną w programie pośrednio wartością jest z kolei racjonalność, przejawiająca się w odrzuceniu przez premier Danii propozycji kupna zamieszkałej przez Grenlandczyków wyspy. Skontrastowana jest ona z jej brakiem, a więc nieracjonalnością w postaci samej propozycji takiej transakcji ze strony USA, którą można odebrać tu jako antywartość i którą także zaprezentowano w programie w sposób pośredni.

Prezentacja tematu przez *Morgonstudion*:

20 sierpnia 2019 roku w *Morgonstudion* podjęto temat związany z propozycją kupna Grenlandii przez Donalda Trumpa. Gościem w studiu był Andreas Utterström, ekspert polityki amerykańskiej, który podkreślił, że Donald Trump interesuje się Grenlandią z kilku możliwych przyczyn (il. 30). Jedną z nich jest zwrócenie uwagi mediów na inny temat niż kłopoty gospodarcze nękające Stany Zjednoczone. Dzięki propozycji kupna największej wyspy na świecie, amerykański budżet sprawia wrażenie nie tylko bardzo silnego, ale też mogącego powiększyć swoje zasoby. Dodatkowo, kupno Grenlandii przez Donalda Trumpa oznaczałoby, że stałby się on jednym z nielicznych

⁵⁷⁴ Oryginał: “He can buy anything I guess, or this is what he thinks he can, but... you can't. Sorry. I mean it's the people, it's the country, it's a culture”, *President Trump confirms his interest in buying Greenland*, <https://www.today.com/video/president-trump-confirms-his-interest-in-buying-greenland-66468933750> [dostęp: 20.02.2020].

prezydentów za którego czasów USA zostały powiększone terytorialnie, tym razem o tzw. 51. stan. Nie jest to bez znaczenia dla prezydenta, którego ego – według wielu – niejednokrotnie decyduje o ruchach politycznych. Ekspert podkreślił, że Donald Trump nie jest typowym politykiem i niejednokrotnie traktuje USA jako przedsiębiorstwo bardziej niż jak państwo. Kolejnym czynnikiem, przez który Grenlandia może być ważna dla USA, jest jej położenie strategiczne, a tym samym też militarne. Dodatkowo, jak podkreślił ekspert, prezydenta Stanów Zjednoczonych mogą interesować także złoża naturalne znajdujące się na Grenlandii⁵⁷⁵.

Ilustracja nr 30
Andreas Utterström, dziennikarz i ekspert w dziedzinie amerykanistyki
podczas rozmowy w *Morgonstudion*
Hasła na pasku informacyjnym:
*Delikatnie mówiąc, male duńskie zainteresowanie transakcją
USA chcą kupić Grenlandię* (tłum. WM)



Źródło: *Tis 20 aug 6:00*, <https://www.svtplay.se/video/23116106/morgonstudion/morgonstudion-20-aug-06-00?tab=kommande&sida=2> [dostęp: 25.08.2019].

W czasie odcinka połączono się także ze studia z Johanem Wessmanem z Instytutu Oresund, który podkreślił, że Grenlandia jest autonomicznym regionem geograficznym i tym bardziej Donald Trump nie powinien w pierwszej kolejności przedstawiać swojego zainteresowania nią Danii (il. 31). Ekspert zaznaczył, że Grenlandia ma swoją własną kulturę, mieszkańców i tradycje, które są niezależne od Danii. Z kolei, jak przyznał,

⁵⁷⁵ *Tis 20 aug 6:00*, <https://www.svtplay.se/video/23116106/morgonstudion/morgonstudion-20-aug-06-00?tab=kommande&sida=2> [dostęp: 25.08.2019].

duńskie media podkreślają, że Grenlandia nie jest na sprzedaż, mając prawo do tej opinii nie względu na to, iż wyspa jest częścią Danii, ale z uwagi na powód podany powyżej⁵⁷⁶.

Ilustracja nr 31

Johan Wessman w audiowizualnej rozmowie z prowadzącymi *Morgonstudion*.
Multimodalny charakter przekazu na ekranie: obraz (fotografie i filmy przedstawiające Grenlandię),
słowa eksperta oraz napisy na pasku informacyjnym



Źródło: *Tis 20 aug 6:00*, <https://www.svtplay.se/video/23116106/morgonstudion/morgonstudion-20-aug-06-00?tab=kommande&sida=2> [dostęp: 25.08.2019].

Problemem społecznym poruszonym w programie jest lekceważący sposób traktowania suwerenności małych społeczeństw. W odcinku *Morgonstudion* wypowiedzieli się zarówno prezenterzy, jak i eksperci, którzy używając języka naukowego, w sposób obiektywny i nieemocjonalny skomentowali pomysł kupna Grenlandii przez USA. Podając kilka możliwych wyjaśnień zaproponowanej przez Donalda Trumpa transakcji, wyjaśnili oni widzom, co może być powodem chęci zakupienia wyspy. Dzięki wymienieniu m.in. politycznych, geograficznych i psychologicznych powodów łączonych z propozycją prezydenta USA, widzowie mogli spojrzeć na temat z kilku różnych perspektyw. Temat ujęto w sposób uniwersalny, przedstawiając go zarówno ze strony amerykańskiej, duńskiej, jak i grenlandzkiej. Podczas emisji odcinka nie padła żadna nazwa wartości lub antywartości, jednak biorąc pod uwagę wypowiedź Johana Wessmana można zauważyć próbę pośredniego

⁵⁷⁶ Ibidem.

przekazania wartości, jaką jest szacunek. Tak jak podkreślił redaktor, Grenlandia niezależnie od Danii ma swoją kulturę, mieszkańców i tradycje. Zważając na to, Donald Trump powinien okazać Grenlandczykom szacunek i – jeśli nadal uważałby pomysł za racjonalny – zwrócić się ze swoją propozycją najpierw do Grenlandii, a nie Danii. Inną przekazaną tu w sposób pośredni wartością jest zatem racjonalność, która uwidacznia się na tle jej antywartości – nieracjonalności.

Środki obrazowe użyte w programie w studiu tradycyjnie zostały ograniczone do minimum, jednak wyraźnym multimodalnym połączeniem obrazu, tekstu i dźwięku był fragment rozmowy z Johanem Wessmanem. W trakcie jego wypowiedzi, obok pojawiło się krótkie wideo przedstawiające Grenlandię, a wszystkiemu towarzyszył pasek z informacją o chęci kupna wyspy przez USA oraz zdecydowanie kontrastującym z nią brakiem zainteresowania sprzedażą ze strony duńskiej. Na pasku pojawiło się zarówno stwierdzenie „USA chcą kupić Grenlandię”, „Delikatnie mówiąc, małe duńskie zainteresowanie transakcją”, jak i zdjęcie przedstawiające fragment jednego z grenlandzkich osiedli. Jest to podobny zabieg do zastosowanego przez *Today* i omówionego wcześniej rozwiązania, czyli zestawienia polegającego na ukazaniu widzom wizytówki kraju, jaką jest natura, w kontraście do słów eksperta mówiącego o traktowaniu Grenlandii przez Donalda Trumpa jak nieruchomości.

Prezentacja tematu przez *Nyhetsmorgon*:

Podobnie jak w *Morgonstudion*, temat związany z chęcią kupna Grenlandii przez Donalda Trumpa podjęto w *Nyhetsmorgon* po raz pierwszy 20 sierpnia 2019 roku. Do studia zaproszono Jensa B. Nordströma, ekonomistę na stałe współpracującego z *Nyhetsmorgon* jako komentator. Nordström podkreślił, że zainteresowanie Donalda Trumpa kupnem Grenlandii może być podyktowane trzema czynnikami. Po pierwsze, prezydenta USA interesuje jej strategiczne położenie, co ma także związek ze znajdującą się tam amerykańską bazą wojskową Thule. Po drugie, Grenlandia posiada bogactwa naturalne, w tym m.in. złoża ropy i gazu. Po trzecie, zakup Grenlandii może być również

wyrazem ego obecnego prezydenta Stanów Zjednoczonych⁵⁷⁷. Zarówno Nordström, jak i prowadzący program, podczas emisji nie kryli rozbawienia omawianym tematem, co wskazuje, że chociaż zainteresowanie Donalda Trumpa kupnem Grenlandii było prawdziwe, przez wielu zostało odebrane jako absurdalne. Ekspert zaznaczył także, że oficjalna strona duńska jest zupełnie niezainteresowana sprzedażą.

Podczas dyskusji prowadzący oraz Jens B. Nordström przywołali także nieliczne, aczkolwiek mające miejsce w historii, sytuacje, w których doszło do sprzedaży regionów geograficznych. Na początku XIX wieku USA odkupiło od Francji Luizjanę, na której terenie powstało później kilkanaście innych stanów. Niewiele ponad pół wieku później Stany Zjednoczone odkupiły Alaskę od ówczesnego Imperium Rosyjskiego, co również znacząco powiększyło powierzchnię rozwijającego się wówczas prężnie kraju⁵⁷⁸. Ekspert przytoczył także dodatkowo kilka innych przykładów opisujących nieudane próby lub inne przypadki odkupienia przez państwa części obcych terytoriów. Dyskusja miała charakter informacyjny, bazując na faktach historycznych, jednak widz bez trudu mógł dostrzec nie tyle krytyczny, co momentami prześmiewczy ton wypowiedzi eksperta oraz prowadzących wobec pomysłu prezydenta USA.

Do tematu powrócono w *Nyhetsmorgon* 24 sierpnia 2019 roku, kiedy do studia zaproszono Marcusa Oscarssona, który w roli politycznego eksperta omówił po raz kolejny tę sprawę. W stworzonym przez niego materiale, podobnie jak w tym zmontowanym w *Today*, można było m.in. wysłuchać wypowiedzi mieszkańców Grenlandii, którzy podkreślili, że zachowanie Donalda Trumpa jest protekcyjalne, a sam prezydent USA wydaje się nie rozumieć lub też być oderwanym od rzeczywistości⁵⁷⁹. W wypowiedziach można było także usłyszeć, że pomimo bardzo wysokich ofert pieniężnych nie wszystko jest na sprzedaż⁵⁸⁰. Wszystkie wypowiedzi były przedstawiane bardziej w żartobliwym tonie, nie było w nich słychać obawy.

⁵⁷⁷ *Trump vill köpa Grönland: "Vill skapa ett Trumpland"*, <https://www.tv4.se/nyhetsmorgon/klipp/trump-vill-köpa-grönland-vill-skapa-ett-trumpland-12491030> [dostęp: 25.02.2020].

⁵⁷⁸ Ibidem.

⁵⁷⁹ *Marcus: Donald Trump beter sig som en jättebebis*, <https://www.tv4.se/klipp/va/12494730/marcus-donald-trump-beter-sig-som-en-jattebebis> [25.02.2020].

⁵⁸⁰ *Trump vill köpa Grönland: "Vill skapa ett Trumpland"*, <https://www.tv4.se/nyhetsmorgon/klipp/trump-vill-köpa-grönland-vill-skapa-ett-trumpland-12491030> [25.02.2020].

Tak jak w *Today* oraz *Morgonstudion*, w *Nyhetsmorgon* problemem społecznym prezentowanym w odcinku jest sposób traktowania suwerenności małych społeczeństw. W *Nyhetsmorgon* głos zabrali zarówno prowadzący, jak i eksperci, zaproszeni do rozmowy w studiu, którzy posługiwali się językiem neutralnym. Informacje o omawianym temacie przekazywane były niekiedy w sposób subiektywny i emocjonalny, co potwierdza użycie wspomnianego powyżej prześmiewczego tonu w wypowiedziach rozmówców. Temat został ujęty w sposób uniwersalny. W programie omówiono wiele perspektyw widzenia i rozumienia sprawy, zarówno ze strony amerykańskiej, jak i duńskiej oraz grenlandzkiej. Wspomniano także o innych krajach, które w swojej historii przeszły przez podobne propozycje dotyczące zakupu części lub całości swojego terytorium. Pomimo że w odcinku nie nazwano bezpośrednio żadnej z wartości lub antywartości, to wyemitowane w przygotowanym przez program materiale wypowiedzi Grenlandczyków, podobnie jak w odcinku *Today*, pośrednio nawiązują do wartości, jaką jest szacunek. Dzieje się to głównie poprzez kontrastowe ukazanie jego braku, przede wszystkim mając na uwadze przedmiotowe traktowanie wyspy oraz jej mieszkańców przez prezydenta USA. Dodatkowo, biorąc pod uwagę często ironiczny charakter wypowiedzi, można pośrednio połączyć zaprezentowany temat z brakiem racjonalności. Z jednej strony ukazuje się więc antywartość, a z drugiej, reprezentowanej przykładowo przez wspomniane powyżej słowa duńskich polityków, widz może dostrzec jej przeciwieństwo, a więc wartość, którą jest racjonalność.

Środki obrazowe stosowane w programie to m.in. połączenie słowa i obrazu za pomocą treści wyświetlanych na ekranie znajdującym się za prowadzącymi. Podczas rozmów prezenterów z Jensem B. Nordström oraz Marcusem Oscarssonem na ekranie pojawiały się obrazy, które posłużyły za wizualny komentarz słów ekspertów. Widz mógł zobaczyć m.in. mapę z zaznaczonymi państwami, które mierzyły się w historii z podobnymi sytuacjami, krótki komentarz tekstowy (il. 32), czy też łączone ze sprawą posty na portalach społecznościowych (il. 33). Słowo i obraz tworzą w programie zatem relację nierozrwalną.

Ilustracja nr 32

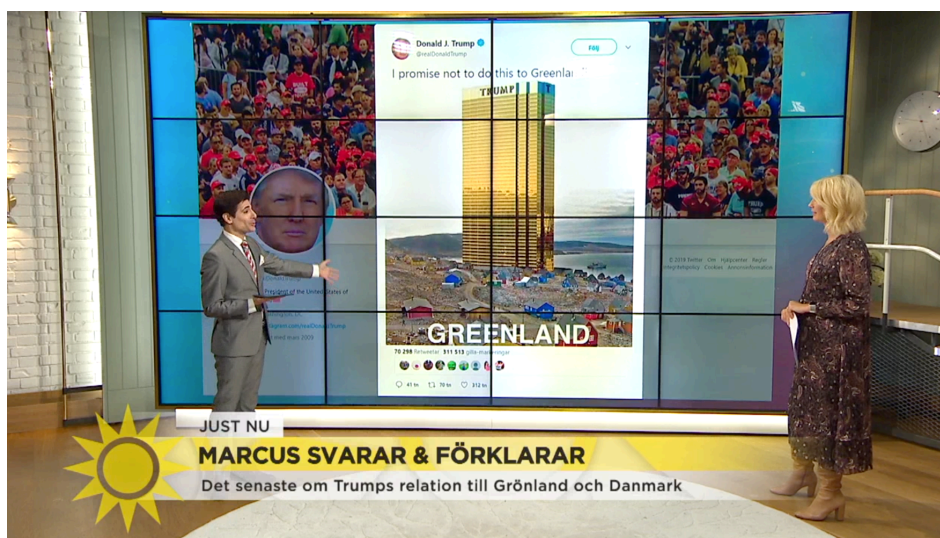
Jens B. Nordström w rozmowie z prowadzącymi *Nyhetsmorgon* na tle ekranu, na którym wyświetlone zostały czynniki optywujące za kupnem Grenlandii przez USA
Hasło na pasku informacyjnym: *Trump chce kupić Grenlandię, ale ta nie jest na sprzedaż* (tłum. WM)



Źródło: *Trump vill köpa Grönland: "Vill skapa ett Trumpland"*,
<https://www.tv4.se/nyhetsmorgon/klipp/trump-vill-köpa-grönland-vill-skapa-ett-trumpland-12491030>
[25.02.2020].

Ilustracja nr 33

Marcus Oscarsson w rozmowie z prowadzącą *Nyhetsmorgon*, prezentujący post Donalda Trumpa przedstawiający wieżowiec z napisem „Trump” wybudowany na jednym z grenlandzkich osiedli



Źródło: *Marcus: Donald Trump beter sig som en jättebebis*,
<https://www.tv4.se/klipp/va/12494730/marcus-donald-trump-beter-sig-som-en-jattebebis> [25.02.2020].

Wartości prezentowane w ramach odcinków:

Dwie najbardziej kluczowe wartości, które można dostrzec w wybranych odcinkach to szacunek i racjonalność. Wartość, jaką jest szacunek, nie zostaje nazwana i pojawia się w programach w sposób pośredni. Po pierwsze, potrzeba szacunku zostaje uwidoczniona poprzez antywartość, jaką jest brak szacunku okazywany przez prezydenta USA w stosunku do mieszkańców Grenlandii. Wspomniany brak szacunku do miejsca, mieszkańców i ich kultury samej w sobie – nie bezpośrednio – został okazany poprzez samą propozycję kupna należącej do Grenlandczyków wyspy. Pomimo że Grenlandia jest prawnie integralną częścią Danii, nawet Duńczycy, którzy faktycznie są jej „właścicielami” nie mówią o tym jednoznacznie, pozostawiając wyspie jej autonomiczność i odrębność, a tym samym respektując jej kulturę. Po drugie, wartość, jaką jest szacunek, uwidacznia się także w respektowaniu bądź nierespektowaniu zdania duńskich władz. Po otrzymaniu odmowy dotyczącej kupna Grenlandii ze strony duńskiej premier, prezydent USA wycofał się z planu odwiedzenia Danii, odmawiając planowanej wizyty także samej królowej Małgorzacie II. W każdym z trzech programów aspekty te zostały zaznaczone w podobny sposób.

Drugą wartością, która również pojawia się w każdym z programów w pośredni, jednak wyraźny sposób jest racjonalność. W wypadku racjonalności na pierwszy plan wychodzi sam pomysł kupienia terytorium innego państwa w XXI wieku. Należy wziąć pod uwagę możliwości, które daje geograficzne położenie czy też inne czynniki wpływające na atrakcyjność takiej transakcji, jednakże obecnie mogłoby się wydawać, że czynniki takie powinny być w pierwszej kolejności skonfrontowane także z innymi, takimi jak fakt, iż nie jest to bezludna wyspa, lecz państwo ze swoją kulturą i mieszkańcami, którzy tworzą ją na co dzień. Pomimo że wartość, jaką jest racjonalność, nie zostaje nazwana w odcinkach programów, dzięki użyciu zarówno prześmiewczego tonu wypowiedzi (głównie w programach szwedzkich) jak i wyrażen takich jak cytowane w amerykańskim *Today* słowa duńskiej premier: „(...) Mam wielką nadzieję, że nie jest

to poważna [oferta]”⁵⁸¹ czy też stwierdzenia Grenlandczyków o oderwaniu prezydenta USA od rzeczywistości⁵⁸², staje się ona widoczna dla widza.

Komentarz:

Problemem społecznym poruszonym w każdym z trzech programów jest sposób traktowania suwerenności małych społeczeństw – w tym wypadku Grenlandczyków. W programie *Today* tematowi dotyczącemu chęci kupna Grenlandii przez USA nie został poświęcony duży fragment odcinka. W czasie emisji podkreślono, że propozycja kupna wyspy nie jest nowym pomysłem, przytaczając momenty w historii, kiedy podobne propozycje zostawały składane i odrzucane. W programie zaprezentowano temat w sposób uniwersalny. Widz mógł usłyszeć opinie każdej ze stron, a więc zarówno amerykańskiej, duńskiej jak i grenlandzkiej. Głos zabrali prezenterzy oraz eksperci, którzy używali języka formalnego, jednak niektóre wspomniane powyżej wypowiedzi Grenlandek wyemitowane w programie zawierały informacje przekazane w sposób subiektywny i emocjonalny. Pomimo że *Today* nie nakłada na odbiorcę widzenia prezentowanego problemu w jednoznaczny, negatywnie oceniający sposób, sam montaż omawianego fragmentu odcinka, w którym zawarto i podkreślono subiektywne wypowiedzi każdej ze stron, sugeruje spojrzenie na sprawę bardziej oczami mieszkańców krajów nordyckich niż Donalda Trumpa.

Szwedzkie programy poświęciły nieco więcej czasu na prezentację opisywanego tu tematu niż *Today*. Głos zabrali eksperci, którzy przybliżyli widzom nie tylko tło historyczne, ale także gospodarcze oraz kulturowe aspekty, które bezpośrednio łączą się z prezentowaną sprawą i dotyczą omawianych państw. Temat w obu programach został ujęty w sposób uniwersalny. Do przekazania informacji widzom w *Morgonstudion* używano języka naukowego, podczas gdy w *Nyhetsmorgon* był to język neutralny. Jednakże, w przeciwieństwie do amerykańskiego programu *Today*, w szwedzkich programach można było zauważyć sarkastyczny i prześmiewczy charakter niektórych

⁵⁸¹ Oryginał: “(...) I strongly hope that this is not meant seriously”, *President Trump confirms his interest in buying Greenland*, <https://www.today.com/video/president-trump-confirms-his-interest-in-buying-greenland-66468933750> [20.02.2020].

⁵⁸² *Marcus: Donald Trump beter sig som en jättebebis*, <https://www.tv4.se/klipp/va/12494730/marcus-donald-trump-beter-sig-som-en-jattebebis> [25.02.2020].

wypowiedzi. Łączy się to nie z prezentowanymi w odcinkach pośrednio wartościami, takimi jak szacunek i racjonalność, a ich przeciwieństwami, a więc antywartościami. W szwedzkich *Morgonstudion* oraz *Nyhetsmorgon* zarówno ze strony prezenterów, jak i większości zaproszonych do rozmów gości, widać było rozbawienie samą propozycją kupna wyspy. Najpewniej wynika to chociażby z faktu, iż nie tylko prawa państw skandynawskich, ale przede wszystkim głoszone przez nie idee i podejścia, znane są niemal wszystkim ich obywatelom. Są to wyznaczniki, według których żyją oni na co dzień. Wiedzą tym samym, że nie tylko racjonalność, ale przede wszystkim szacunek względem zarówno rodzimej, jak i odmiennych kultur jest jedną z najistotniejszych wartości, według której postępują państwa skandynawskie oraz względem której chcą być postrzegane w swoim obrazie państwa promowanym na świecie. Kiedy zatem to nie te wartości, a ich przeciwieństwa łączone są z tak ważnymi ruchami międzynarodowymi, uznawane jest to przez mieszkańców krajów nordyckich za absurdalne.

Temat nr 7: Impeachment – sprawa Donalda Trumpa

Daty emisji odcinków:

Today: 26.09.2019

Morgonstudion: 25.09.2019

Nyhetsmorgon: 25.09.2019

Streszczenie głównych wątków:

We wrześniu 2019 roku w mediach pojawiła się wiadomość, jakoby w lipcu tego samego roku prezydent Donald Trump miał odbyć rozmowę telefoniczną z prezydentem Ukrainy Wołodymyrem Zełenskim. Rozmowa ta dotyczyć miała m.in. wszczęcia śledztwa w sprawie korupcji Joe Bidena oraz jego syna Huntera Bidena⁵⁸³. Joe Biden jako były wiceprezydent USA oraz kandydat na prezydenta w wyborach w 2020 roku w sondażach uważany był za głównego rywala Donalda Trumpa. We wspomnianej rozmowie telefonicznej Donald Trump miał warunkować wysłanie przez Stany Zjednoczone wsparcia militarnego Ukrainie wszczęciem śledztwa przeciw byłemu wiceprezydentowi⁵⁸⁴. Ewentualny negatywny dla Joe Bidena wynik śledztwa lub też sam rozgłos spowodowany tą sprawą mógłby zaszkodzić mu w pozyskaniu przewagi głosów.

Spiker Izby Reprezentantów Stanów Zjednoczonych Nancy Pelosi, po nagłośnieniu sprawy przez media, we wrześniu 2019 roku poinformowała o rozpoczęciu śledztwa w sprawie impeachmentu Donalda Trumpa⁵⁸⁵. Impeachment to procedura polegająca na postawieniu w stan oskarżenia prezydenta przez parlament w momencie łamania przez niego odpowiedzialności konstytucyjnej. Negatywny dla prezydenta wynik takiego śledztwa może skutkować pozbawieniem go immunitetu i wykonywanej funkcji państwowej. Donald Trump został oskarżony o nadużycie władzy poprzez ofertę przekazania zablokowanego przez Biały Dom wsparcia militarnego w wymiarze blisko

⁵⁸³ P. Baker, *Trump Acknowledges Discussing Biden in Call With Ukrainian Leader*, <https://www.nytimes.com/2019/09/22/us/politics/trump-ukraine-biden.html> [dostęp: 10.03.2020].

⁵⁸⁴ J. E. Barnes, A. Goldman, M. Haberman, M. S. Schmidt, K. P. Vogel, *Trump Pressed Ukraine's Leader on Inquiry Into Biden's Son*, <https://www.nytimes.com/2019/09/20/us/politics/trump-whistle-blower-ukraine.html> [dostęp: 10.03.2020].

⁵⁸⁵ N. Fandos, *Nancy Pelosi Announces Formal Impeachment Inquiry of Trump*, <https://www.nytimes.com/2019/09/24/us/politics/democrats-impeachment-trump.html> [dostęp: 10.03.2020].

400 milionów dolarów w zamian za wszczęcie śledztwa dotyczącego syna byłego wiceprezydenta USA, oskarżonego o korupcję⁵⁸⁶.

Hunter Biden, w latach obejmowania przez jego ojca stanowiska wiceprezydenta USA, został zatrudniony w radzie dyrektorów spółki holdingowej Burisima, która działa na rynku gazu ziemnego w Ukrainie. W 2016 roku, kiedy prezydentem był jeszcze Petro Poroszenko, Hunter Biden miał negocjować z nim zwolnienie Wiktora Szokina z funkcji prokuratora generalnego, aby zakończyć śledztwo dotyczące korupcji spółki Burisima Holdings. Jednakże, ze względu na pojawienie się wówczas zarzutów dotyczących skorumpowania Wiktora Szokina przez wiele innych europejskich instytucji został on zdymisjonowany przez Radę Najwyższą Ukrainy jeszcze w marcu 2016 roku⁵⁸⁷. Śledztwo dotyczące spółki Burisima Holdings oraz Huntera Bidena zostało ostatecznie zamknięte bez postawienia zarzutów.

Pomimo że sprawa dotyczy jedynie rozmowy telefonicznej Donalda Trumpa z Wołodymyrem Zełenskim, pokazuje ona stosunek administracji Stanów Zjednoczonych wobec Ukrainy. Procedura impeachmentu została oficjalnie rozpoczęta w grudniu 2019 roku po oskarżeniu Donalda Trumpa m.in. o nadużycie władzy i wymożenie na Ukrainie podjęcia procedur na rzecz prywatnych interesów prezydenta⁵⁸⁸. Po oficjalnej wypowiedzi prezydenta Zełeńskiego na spotkaniu z Donaldem Trumpem we wrześniu 2019 roku i zaprzeczeniu, że wywierano na nim nacisk oraz po przesłuchaniu świadków, w lutym 2020 roku niewielką przewagą głosów senatorów Senat USA uznał Donalda Trumpa za niewinnego⁵⁸⁹.

⁵⁸⁶ J. Dawsey, K. Demirjian, C. D. Leonnig, E. Nakashima, *Trump ordered hold on military aid days before calling Ukrainian president, officials say*, https://www.washingtonpost.com/national-security/trump-ordered-hold-on-military-aid-days-before-calling-ukrainian-president-officials-say/2019/09/23/df93a6ca-de38-11e9-8dc8-498eabc129a0_story.html [dostęp: 10.03.2020].

⁵⁸⁷ M. Piotrowski, *Śledztwo w sprawie impeachmentu Donalda Trumpa a stosunki USA–Ukraina*, https://www.pism.pl/publikacje/Sledztwo_w_sprawie_impeachmentu_Donald_Trumpa_a_stosunki_USAUkraina [dostęp: 10.03.2020].

⁵⁸⁸ N. Fandos, M. D. Shear, *Trump Impeached for Abuse of Power and Obstruction of Congress*, <https://www.nytimes.com/2019/12/18/us/politics/trump-impeached.html> [dostęp: 10.03.2020].

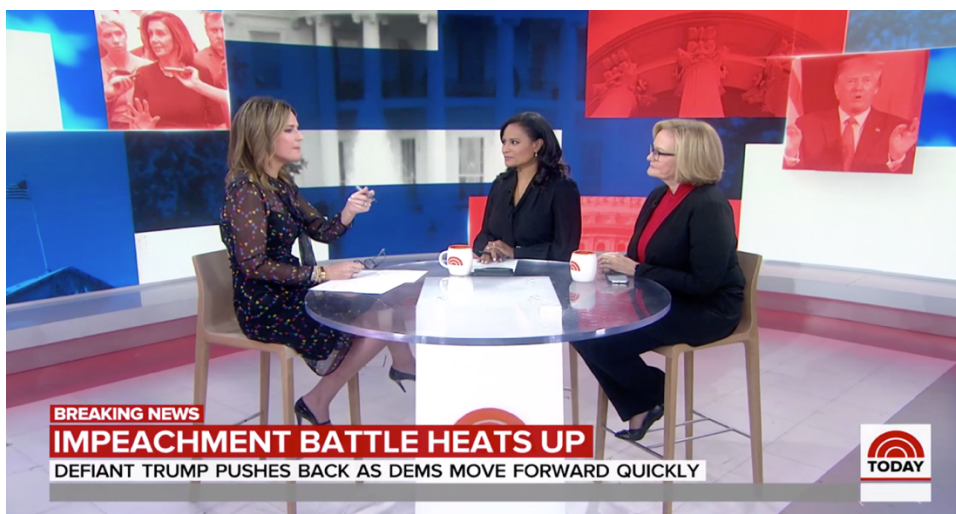
⁵⁸⁹ E. Cochrane, N. Fandos, *Impeachment Trial: Trump Is Acquitted by the Senate*, <https://www.nytimes.com/live/2021/02/13/us/impeachment-trial> [10.03.2020].

Prezentacja tematu przez *Today*:

Temat związany z impeachmentem Donalda Trumpa podjęto w programie *Today* m.in. 26 września 2019 roku. Prowadząca program Savannah Guthrie przeprowadziła w studiu wywiad z gośćmi: Kristen Walker, korespondentką NBC do spraw Białego Domu oraz Claire McCaskill, analitykiem politycznym i byłą senator Partii Demokratycznej (il. 34). Kristen Walker podkreśliła, że Donald Trump nie spodziewał się podjęcia sprawy przez wymiar sprawiedliwości i wydaje się nie być na to przygotowany. Jak dodała, było to widoczne chociażby na przykładzie odbywającej się poprzedniego dnia konferencji prasowej, podczas której prezydent odpowiedział na zaledwie kilka pytań dziennikarzy, podczas gdy zazwyczaj odpowiada na niemal każde z nich. Claire McCaskill podkreśliła także, że w tej sprawie można mówić o dwóch przestępstwach. Po pierwsze, nielegalne jest angażowanie zagranicznej pomocy w amerykańskie wybory, a po drugie nielegalne jest także używanie stanowiska państwowego, aby wpłynąć na działania rządu w zamian za daną przysługę⁵⁹⁰.

Ilustracja nr 34

Savannah Guthrie w rozmowie z Kristen Walker oraz Claire McCaskill
Hasła na pasku informacyjnym: *Impeachment nabiera tempa*
Przekorny Trump odpiera atak, podczas gdy Demokraci się nie zatrzymują (tłum. WM)



Źródło: *Trump allies concerned about impeachment inquiry: Analysts*, <https://www.today.com/video/trump-allies-concerned-about-impeachment-inquiry-analysts-69964869832> [dostęp: 10.03.2020].

⁵⁹⁰ *Trump allies concerned about impeachment inquiry: Analysts*, <https://www.today.com/video/trump-allies-concerned-about-impeachment-inquiry-analysts-69964869832> [dostęp: 10.03.2020].

Co więcej, jak podkreśliła prowadząca program, pomimo że prezydent USA patrząc na transkrypt rozmowy telefonicznej uznał, że nie zawiera ona niczego niezgodnego z prawem, senator McCaskill zaznaczyła, że proszenie o polityczną przysługę poprzez wykorzystanie swojego stanowiska jest w tym wypadku niezgodne z prawem⁵⁹¹. Antywartość, jaka została tu pośrednio opisana, to zatem bezprawie.

Problemem społecznym poruszonym w odcinku *Today* jest nadużycie władzy przez głowę państwa. Do programu zostały zaproszone ekspertki w osobach korespondentki NBC do spraw Białego Domu oraz analityka politycznego i byłej senator, które wyraziły swoje opinie na omawiany temat używając języka formalnego. Chociaż kobiety próbowały przekazać informacje w jak najbardziej obiektywny i nieemocjonalny sposób, w trakcie rozmowy pojawiły się bezpośrednie zwroty do prowadzącej, które niejako wciągały ją do dyskusji. Kristen Walker powiedziała: „(...) On [Donald Trump] nie był na to przygotowany, Savannah” oraz „Nasz raport [wykonany] w ciągu dnia, Savannah, wskazuje, że zamierza ona [Nancy Pelosi] skoncentrować się na szeroko pojętych kwestiach ukraińskich”⁵⁹². Temat ujęty został w sposób uniwersalny – w programie skupiono się zarówno na amerykańskiej jak i ukraińskiej stronie sprawy i jej możliwych konsekwencjach dla obu krajów. Pomimo że w *Today* bezpośrednio nie pojawiła się nazwa wartości, to pośrednio – poprzez omówienie możliwych konsekwencji postępowania Donalda Trumpa – można dostrzec nawiązania do sprawiedliwości oraz jej przeciwieństwa, bezprawia, które jest antywartością.

Środki obrazowe zostały ograniczone w programie do minimum. Na ekranie, znajdującym się za gośćmi biorącymi udział w rozmowie, zostały wyświetlone zdjęcia osób, o których można było usłyszeć w trakcie omawiania sprawy, tj. Donalda Trumpa oraz Nancy Pelosi. Podczas całej rozmowy, u dołu ekranu był też wyświetlany standardowy pasek informacyjny, który informował o bieżąco omawianym temacie.

⁵⁹¹ Ibidem.

⁵⁹² Oryginał: “(...) He wasn’t prepared for this, Savannah”; “Our reporting overnight, Savannah, indicates that she is going to focus this on the Ukraine issues, broadly”, *Trump allies concerned about impeachment inquiry: Analysts*, <https://www.today.com/video/trump-allies-concerned-about-impeachment-inquiry-analysts-69964869832> [dostęp: 10.03.2020].

Prezentacja tematu przez *Morgonstudion*:

W *Morgonstudion* temat dotyczący impeachmentu Donalda Trumpa zaprezentowano po raz pierwszy 25 września 2019 roku. Materiał obejmował w pierwszej części ogólne przedstawienie sprawy oraz potwierdzenie przez prezenterów wiadomości z USA o rozpoczęciu procesu impeachmentu. W trakcie odcinka, powracając do tematu, dla potwierdzenia tego doniesienia, wielokrotnie wyemitowano fragment wypowiedzi spiker Nancy Pelosi, która przedstawiła w nim decyzję Izby Reprezentantów Stanów Zjednoczonych o wszczęciu postępowania przeciw prezydentowi (il. 35). W wypowiedzi podkreśliła ona także, że rozpoczęcie procesu związane jest z tym, iż „nikt nie stoi ponad prawem”⁵⁹³ (il. 36). Prezenterzy nie skomentowali jednak wypowiedzi Nancy Pelosi, podkreślając tym samym, że nie opowiadają się po żadnej ze stron procesu

Ilustracja nr 35

Nancy Pelosi potwierdzająca rozpoczęcie procedury impeachmentu
Hasło na pasku informacyjnym: *USA inicjują proces impeachmentu* (tłum. WM)



Źródło: *Ons 25 sep 2019 6:00*, <https://www.svtplay.se/video/20312910/morgonstudion/morgonstudion-25-sep-06-00-2?cmpid=del:em:09-25-2019:morgonstudion:pla:lp-app> [dostęp: 30.09.2019].

⁵⁹³ Oryginał: ang. “No one is above the law.”; szw. “Ingen står över lagen.”, *Ons 25 sep 2019 6:00*, <https://www.svtplay.se/video/20312910/morgonstudion/morgonstudion-25-sep-06-00-2?cmpid=del:em:09-25-2019:morgonstudion:pla:lp-app> [dostęp: 30.09.2019].

Ilustracja nr 36

Nancy Pelosi w przemowie, w której podkreśla, że „nikt nie stoi ponad prawem”⁵⁹⁴



Źródło: *Ons 25 sep 2019 6:00*, <https://www.svtplay.se/video/20312910/morgonstudion/morgonstudion-25-sep-06-00-2?cmpid=del:em:09-25-2019:morgonstudion:pla:lp-app> [dostęp: 30.09.2019].

Połączono się także z Cariną Bergfeldt, korespondentką programu przebywającą w USA, która przedstawiła widzom zarówno definicję oraz sens impeachmentu, jak i nieliczne związane z nim przypadki mające miejsce w historii Stanów Zjednoczonych. Jak podkreśliła korespondentka oraz prowadzący program, wcześniej podobna sytuacja miała miejsce w USA jedynie trzy razy.

Korespondentka oraz prezenterzy programu podczas wypowiedzi używali języka obiektywnego, nie opowiadając się po żadnej ze stron w sprawie. Przytoczone zostały przez nich zarówno komentarze Republikanów, którzy – jak wspomnieli dziennikarze *Morgonstudion* – uważali, że rozpoczęcie procesu to błędna decyzja, jak i opisy nastrojów Demokratów, którzy byli zadowoleni z decyzji o wszczęciu procesu⁵⁹⁵. Dziennikarze publicznej stacji nie kładli nacisku na podkreślenie racji żadnej ze stron. Wypowiedzi miały charakter *stricte* opisowy i informacyjny.

Zapowiadając przyszłe etapy postępowania w tej sprawie, korespondentka poinformowała także o planach wykonania oraz możliwej publikacji transkryptu rozmowy Donalda Trumpa z Wołodymyrem Zełenskim w kolejnych dniach. Warto

⁵⁹⁴ Oryginał: „No one is above the law” (szw. „Ingen står över lagen”), *Ons 25 sep 2019 6:00*, <https://www.svtplay.se/video/20312910/morgonstudion/morgonstudion-25-sep-06-00-2?cmpid=del:em:09-25-2019:morgonstudion:pla:lp-app> [dostęp: 30.09.2019].

⁵⁹⁵ *Ons 25 sep 2019 6:00*, <https://www.svtplay.se/video/20312910/morgonstudion/morgonstudion-25-sep-06-00-2?cmpid=del:em:09-25-2019:morgonstudion:pla:lp-app> [dostęp: 30.09.2019].

zwrócić uwagę na postawę dziennikarzy *Morgonstudion*, którzy nie spekulując oraz nie stawiając jednoznacznych ocen, zachowali obiektywność. W przeciwieństwie do wielu innych telewizji oraz prasy w trakcie całej prezentacji tematu stronili oni od jakichkolwiek ocen prezentowanych wiadomości. Carina Bergfeldt, zapytana przez prowadzących o prawdopodobny wynik procesu, odpowiedziała, że mimo że – ze względu na ich minimalną liczebną przewagę w Senacie – w głosowaniu mogą wygrać Republikanie, Demokraci jednak podejmują próbę walki o nomokrację, aby ich brak obojętności na łamanie prawa przez prezydenta został zapisany w historii⁵⁹⁶. Podobnie jak w wypadku wcześniejszych wypowiedzi, stwierdzenie to miało jedynie charakter informacyjny oraz zostało wypowiedziane w takim też tonie. Wartością, która została opisana tu w sposób pośredni, jest praworządność.

W dalszej części odcinka do programu zaproszono także amerykańską, profesora Daga Blancka z Uniwersytetu w Uppsali. Prowadzący w rozmowie z ekspertem zapytali m.in. o to czym charakteryzuje się i jak przebiega procedura impeachmentu oraz w jaki sposób łączy się z konstytucją. Dag Blanck wyjaśnił, że impeachment to proces, który wiąże się kolejno z powołaniem komisji parlamentarnej, przesłuchaniem świadków oraz zebraniem materiałów dotyczących sprawy w sytuacji znaczącego naruszenia prawa przez prezydenta lub innych funkcjonariuszy publicznych w Stanach Zjednoczonych. Podkreślił również, że o rozpoczęciu procesu decyduje Izba Reprezentantów, która podaje przyczynę oskarżenia, po czym głosowanie za lub przeciw oskarżonemu przechodzi w ręce Senatu. Kiedy senatorzy z przewagą $\frac{2}{3}$ głosów przegłosują winę oskarżonego, zostaje on wówczas usunięty ze swojego stanowiska. Dag Blanck, podał też zapisane w konstytucji amerykańskiej powody, na których podstawie można rozpocząć wspomniany proces – są to zdrada stanu, przekupstwo polityczne lub inne poważne przestępstwa oraz wykroczenia. Poza tym, przybliżył on także stanowisko Joe Bidena w sprawie impeachmentu Donalda Trumpa, zaznaczając, że polityk ostro krytykuje zachowanie prezydenta oraz uważa za odpowiednie postawienie go w stan oskarżenia⁵⁹⁷. Wartością, która została przekazana tu w sposób pośredni, jest zatem sprawiedliwość.

Problemem społecznym poruszonym w odcinku *Morgonstudion* jest nadużycie władzy przez głowę państwa. W odcinku głos zabrali zarówno prezenyerzy szwedzkiego

⁵⁹⁶ Ibidem.

⁵⁹⁷ Ibidem.

programu, korespondentka przebywająca w USA, jak i amerykańista, którzy przedstawili informacje o omawianym temacie w sposób obiektywny oraz nieemocjonalny. Język używany w programie można określić jako formalny, a niekiedy – głównie w wypadku wypowiedzi profesora Blancka – także naukowy. Temat ujęto w sposób uniwersalny, poprzez zaprezentowanie nie tylko sprawy Donalda Trumpa oraz wyjaśnienie widzom samej procedury impeachmentu, ale także omówienie innych takich przypadków znanych z historii. Wartość, o której mowa w programie pośrednio, to praworządność. Została ona omówiona przez przebywającą w USA korespondentkę *Morgonstudion*, która nawiązała do politycznych i społecznych opinii oraz nastrojów panujących w Stanach Zjednoczonych po ogłoszeniu rozpoczęcia procesu impeachmentu. Korespondentka podkreśliła, że Demokraci nie chcą być bierni i pomimo ich świadomości o przewadze Republikanów w Senacie, wyrażą swoje stanowisko w głosowaniu. Inna wartość zaprezentowana w programie to sprawiedliwość, do której nawiązywał zarówno goszczony w studiu Dag Blanck, jak i Nancy Pelosi w swojej kilkakrotnie wyemitowanej w *Morgonstudion* wypowiedzi. Wartość ta również nie została nazwana w odcinku, przez co można mówić o jej pośrednim przekazie.

Środki obrazowe zastosowane w programie to jedynie kilkakrotnie wyemitowane krótkie wideo, pokazujące wypowiedź Nancy Pelosi oraz ujęcie korespondentki Cariny Bergfeldt na tle Białego Domu. Wypowiedziom towarzyszył standardowy pasek informacyjny u dołu ekranu, który informował o rozpoczęciu procesu impeachmentu. Rozmowa z ekspertem, profesorem Dagiem Blanckiem, została przeprowadzona w typowej, studyjnej scenerii *Morgonstudion*, która nie zawiera żadnych dodatkowych elementów mogących rozpraszać widzów.

Prezentacja tematu przez *Nyhetsmorgon*:

W *Nyhetsmorgon* temat związany ze sprawą impeachmentu Donalda Trumpa podjęto po raz pierwszy 25 września 2019 roku prezentując – podobnie jak w wypadku *Morgonstudion* – fragment oficjalnej wypowiedzi Nancy Pelosi⁵⁹⁸. W sposób pośredni

⁵⁹⁸ Oryginał: “No one is above the law” (szw. “Ingen står över lagen”), *Pelosi om Trump: ”Ingen står över lagen”*, <https://www.tv4.se/nyhetsmorgon/klipp/pelosi-om-trump-ingen-star-over-lagen-12500974> [dostęp: 20.03.2020].

przekazano tu zatem znowu wartość, jaką jest sprawiedliwość. Prezenterzy połączyli się także ze Stefanem Borgiem, korespondentem z Nowego Jorku, który skrótowo przedstawił zarzuty przypominając m.in. rozmowę Donalda Trumpa z prezydentem Ukrainy oraz przyznając, że ryzyko skazania prezydenta USA jest niewielkie⁵⁹⁹. Temat ujęto w sposób uniwersalny, przedstawiając kilka różnych perspektyw dotyczących omawianej sprawy.

Tego samego dnia powrócono do tematu, goszcząc w studiu Marcusa Oscarssona, eksperta politycznego, który oprócz dokładnego opisu zdarzeń dodał, że najistotniejszą częścią procesu jest przedstawienie pełnego transkryptu rozmowy telefonicznej przeprowadzonej pomiędzy prezydentami, który pozwoli na dokładniejszą ocenę sprawy⁶⁰⁰. Przedstawił także odpowiedzi Donalda Trumpa w formie wyświetlenia na ekranie w studiu postów z serwisu Twitter, gdzie oskarżony wyraził swoje niezadowolenie pisząc m.in., że odbywające się dochodzenie jest formą nękania prezydenta (ang. „PRESIDENTIAL HARASSMENT!”) (il. 37)⁶⁰¹. Z drugiej strony, w materiale przedstawiono też fragment wywiadu z Joe Bidenem, w którym zapytany, ile razy rozmawiał ze swoim synem na temat omawianej sprawy odpowiedział, że nie zrobił tego ani razu. Joe Biden dodał, że dziennikarz powinien zapytać Donalda Trumpa dlaczego rozmawiał przez telefon z prezydentem Ukrainy, zastraszając go, oraz podkreślił, że dzieje się tak najpewniej dlatego, że prezydent USA jest przekonany o tym, iż może przegrać w najbliższych wyborach prezydenckich właśnie z nim⁶⁰². Zachowując obiektywność, prezenterzy podkreślili, że materiał przedstawiony przez Marcusa Oscarssona daje obraz reakcji obu stron zaangażowanych w sprawę.

⁵⁹⁹ *Pelosi om Trump: "Ingen står över lagen"*, <https://www.tv4.se/nyhetsmorgon/klipp/pelosi-om-trump-ingen-star-over-lagen-12500974> [dostęp: 20.03.2020].

⁶⁰⁰ *Marcus: Alla väntar på att del av Trumps telefonsamtal*, <https://www.tv4.se/nyhetsmorgon/klipp/marcus-alla-vantar-pa-att-del-av-trumps-telefonsamtal-12500977> [dostęp: 20.03.2020].

⁶⁰¹ *Ibidem*.

⁶⁰² *Oryginał: "(...) min bedömning är att Donald Trump har brutit mot lagen"*, *Marcus: Alla väntar på att del av Trumps telefonsamtal*, <https://www.tv4.se/nyhetsmorgon/klipp/marcus-alla-vantar-pa-att-del-av-trumps-telefonsamtal-12500977> [dostęp: 20.03.2020].

Ilustracja nr 37
Marcus Oscarsson prezentujący reakcje Donalda Trumpa w postaci postów
zamieszczonych w serwisie Twitter
Hasła na pasku informacyjnym: *Trump w trudnej sytuacji*
Demokrati w porozumieniu mającym na celu obalenie Trumpa (tłum. WM)



Źródło: Marcus: *Alla väntar på att del av Trumps telefonsamtal*,
<https://www.tv4.se/nyhetsmorgon/klipp/marcus-alla-vaentar-pa-att-del-av-trumps-telefonsamtal-12500977>
[dostęp: 20.03.2020].

Jednakże, przy przedstawieniu tematu następnego dnia – również z udziałem Marcusa Oscarssona jako eksperta – można było usłyszeć jednoznaczną opinię Oscarssona, mówiącą o tym, że według niego Donald Trump złamał prawo⁶⁰³. W przygotowanym przez niego materiale pojawiła się kolejna opinia Joe Bidena skierowana przeciwko Trumpowi, przed wyemitowaniem której, zwracając uwagę na ton i mimikę eksperta, można odnieść wrażenie, że narzucone zostało za ich pomocą przekonanie o winie amerykańskiego prezydenta. Podobnie stało się kilka minut później przed wyświetleniem fragmentu wypowiedzi kandydatki na prezydenta Elizabeth Warren, która w swojej przemowie także stanęła przeciwko Donaldowi Trumpowi, podkreślając, że prezydent wierzy, że stoi ponad prawem, w związku z czym zainicjowanie procedur impeachmentu powinno rozpocząć się jak najszybciej⁶⁰⁴. Pośrednio opisana tu została zatem antywartość, jaką jest bezprawie.

Problemem społecznym poruszonym w *Nyhetsmorgon* jest nadużycie władzy przez głowę państwa. W programie wypowiedzieli się bezpośrednio prezenterzy, korespondent

⁶⁰³ Marcus: *"Trump har brutit mot lagen"*, <https://www.tv4.se/nyhetsmorgon/klipp/marcus-trump-har-brutit-mot-lagen-12501227> [dostęp: 20.03.2020].

⁶⁰⁴ Ibidem.

Nyhetsmorgon oraz ekspert polityczny, a pośrednio również amerykańscy politycy, których stanowiska można było usłyszeć w prezentowanych w programie materiałach. Temat ujęto uniwersalnie, prezentując kilka różnych perspektyw, dotyczących zarówno strony amerykańskiej, jak i ukraińskiej. Język użyty w programie należy określić jako neutralny. Na przykładzie dwóch odcinków dotyczących jednego tematu można jednak zauważyć, jak zmienił się sposób prezentacji wiadomości w programie. Początkowo, kiedy większość informacji nie była jeszcze znana, przedstawiano sprawę w sposób obiektywny. Jednakże po upublicznieniu chociażby transkryptu rozmowy prezydentów oraz komentarzy innych polityków amerykańskich, wypowiedzi w *Nyhetsmorgon* nabrały subiektywnego, emocjonalnego i oceniającego tonu. Jednoznaczne opinie można było usłyszeć zarówno ze strony eksperta, jak i w słowach polityków, które zostały wyemitowane w czasie programu. Pomimo że nazwy wartości nie zostały nazwane w *Nyhetsmorgon* bezpośrednio, biorąc pod uwagę wideo z wypowiedzią Nancy Pelosi, zaprezentowane w programie kilkakrotnie, trzeba przyznać, że wartość, jaką jest sprawiedliwość, została zasygnalizowana widzom pośrednio. Spiker podkreśliła, że nikt nie stoi ponad prawem w związku z czym procedura impeachmentu powinna rozpocząć się jak najszybciej. Bezprawie to natomiast antywartość, która także została przedstawiona pośrednio, jednak niejako w kontraście do wspomnianej wartości, dzięki czemu przekaz stał się jeszcze wyraźniejszy dla widza.

Słowo i obraz tworzą w programie relację nierozzerwalną. Środki obrazowe zostały uwidocznione w programie w formie wyświetlanych w studiu krótkich filmów oraz postów, które dopełniały pojawiające się u dołu ekranu napisy na pasku informacyjnym. Wypowiedzi prezentowane na ekranie były komentowane przez eksperta i prowadzących z użyciem wskazującego na stronniczość tonu głosu oraz mimiki, przez co zostały przedstawione widzom w wyraźnie jednostronny sposób.

Wartości prezentowane w ramach odcinków:

Wartości, które pojawiają się pośrednio w wybranych do analizy programach śniadaniowych to sprawiedliwość i praworządność. Antywartość, o której mowa w wypadku powyższego tematu to natomiast bezprawie. Sprawiedliwość to wartość, która została opisana w każdym z trzech programów, podczas gdy nawiązania do antywartości

można dostrzec jedynie w *Today* oraz *Nyhetsmorgon*. W *Morgonstudion* bardziej niż na antywartości, skupiono się na opisie kolejnej z wartości, jaką jest praworządność, dzięki czemu przekaz nie był ukazany na ostrym kontraście, a widz miał większą możliwość własnej oceny prezentowanej sprawy.

W *Today* można mówić o odwoływaniu się do wartości, jaką jest sprawiedliwość, podczas nawiązań prezenterów do wspomnianych powyżej słów Nancy Pelosi, która podkreśliła, że procedura impeachmentu rozpoczyna się, ponieważ nikt nie stoi ponad prawem. Do antywartości, jaką jest bezprawie, nawiązano natomiast podczas omawiania nadużywania przez prezydenta stanowiska głowy państwa. W *Morgonstudion* z kolei, nie tylko przytoczono słowa amerykańskiej spiker, ale także kilkakrotnie wyemitowano jej wypowiedź. Poprzez powtarzanie prezentowanego materiału, zaznaczona została waga jej słów, co mogło zwrócić jeszcze większą uwagę widzów na prezentowany przekaz. W *Nyhetsmorgon* wyemitowano zarówno wypowiedzi Nancy Pelosi, jak i Joe Bidena, który dodatkowo wspomniał o niejednokrotnym złamaniu norm przez prezydenta USA w przeszłości. Słowa obojga z nich, nawiązujące do wartości, jaką jest sprawiedliwość oraz antywartości, jaką jest bezprawie, zostały później skomentowane przez prowadzących chociażby przez ton wypowiedzi oraz mimikę.

Praworządność to wartość, którą opisano jedynie w szwedzkiej telewizji publicznej. Podczas emisji *Morgonstudion*, korespondentka przebywająca w USA, z którą połączyli się prezenterzy, powiedziała, że biorąc pod uwagę nastroje polityczne w Stanach Zjednoczonych uważa, że Demokraci będą walczyć o nomokrację, pomimo iż zdają sobie sprawę z przewagi Republikanów. To walka o praworządność, a więc skupienie się na przyszłości, bardziej niż zaznaczenie bezprawia, a więc sytuacji z przeszłości rzutujących na teraźniejszość, stała się istotniejsza w przekazie szwedzkiej telewizji publicznej. Taki sposób prezentacji pozwolił widzom na własny osąd sprawy, ponieważ każdy komentarz ze strony dziennikarzy był obiektywny i bezstronny.

Komentarz:

Biorąc pod uwagę prezentację powyższego tematu w wybranych do analizy programach, za najbardziej obiektywny należy uznać przekaz *Morgonstudion*. W

amerykańskim programie *Today* zarówno ze strony prezenterów, jak i gości można było usłyszeć komentarze niemal jednoznacznie stawiające winę po stronie Donalda Trumpa. Chociaż wśród gości w programie znajdowała się zarówno korespondentka do spraw Białego Domu, jaki i analityk polityczny oraz była senator, które używały głównie języka formalnego, to same informacje przekazane zostały dość jednostronnie, nie pozostawiając widzowi szerokiego pola do własnej oceny.

W *Nyhetsmorgon* nastąpiła natomiast widoczna zmiana w sposobie prezentacji informacji po upublicznieniu większej ilości dowodów. Początkowo, obraz sprawy, jak i sam język, którym posługiwali się rozmówcy, był niemal neutralny i nie zawierał jednoznacznych ocen wskazujących na winę Donalda Trumpa. Po opublikowaniu transkryptu oraz wypowiedziach innych amerykańskich polityków, przekaz w szwedzkim programie komercyjnej stacji stał się bardziej emocjonalny, subiektywny i stronniczy. Do programu zaproszony został ekspert polityczny, który oprócz wyjaśnienia sprawy na tle politologicznym, także wyraził swoją jednoznaczną opinię, mówiąc, że Donald Trump złamał prawo, nie pozostawiając widzom tym samym możliwości własnej i pełnej obiektywnej oceny.

W szwedzkim programie *Morgonstudion*, podobnie jak w dwóch pozostałych programach, temat ujęto w sposób uniwersalny, jednak tym razem omówiono go nieemocjonalnie i obiektywnie, a wiadomości przekazywane były w dużej mierze w formie samych informacji, niepopartych widocznie opiniującym komentarzem. W odcinku *Morgonstudion* temat zaprezentowano w formie kilku osobnych segmentów. Pierwszy z nich zawierał głównie powtarzany później w czasie całego odcinka fragment wypowiedzi Nancy Pelosi, w którym podkreśliła ona m.in., że „nikt nie stoi ponad prawem”⁶⁰⁵. Mając w pamięci opisaną powyżej sprawę dotyczącą ASAPa Rocky’ego, warto zwrócić uwagę na fakt, iż w obu tych wypadkach strona szwedzka skupia się na wadze regulacji prawnych, których przestrzeganie jest dla nich nie tyle obligatoryjne, co oczywiste do tego stopnia, że jakakolwiek próba ich łamania jest niemalże od razu tłumiona i nie podlega dalszym rozważaniom lub jakimkolwiek ustępstwom. Kolejna część dotycząca tego tematu prezentowana w *Morgonstudion* odbyła się z udziałem korespondentki z USA, której wypowiedź miała charakter informacyjny i dotyczyła

⁶⁰⁵ *Ons 25 sep 2019 6:00*, <https://www.svtplay.se/video/20312910/morgonstudion/morgonstudion-25-sep-06-00-2?cmpid=del:em:09-25-2019:morgonstudion:pla:lp-app> [dostęp: 30.09.2019].

samej definicji oraz historii impeachmentu w Stanach Zjednoczonych. Zarówno korespondentka, jak i prowadzący program po raz kolejny wypowiedzieli się w sposób bezstronny prezentując jedynie potwierdzone do tej pory informacje. Ostatnia część odcinka nawiązująca do omawianej sprawy miała charakter najbardziej naukowy, co odzwierciedlał także używany w programie język. Do studia zaproszono profesora amerykańskiego, który w rozmowie z prowadzącymi obiektywnie wyjaśnił odbiorcom sprawę zarówno ze strony prawnej, politycznej, jak i kulturowo-społecznej. W programie szwedzkiej telewizji publicznej, niezależnie od fragmentu odcinka, widz miał możliwość własnej oceny prezentowanej sprawy.

Temat nr 8: Greta Thunberg – od młodzieżowego strajku w Szwecji po Konferencję klimatyczną ONZ w Nowym Jorku

Daty emisji odcinków:

Today: 29.08.2019

Morgonstudion: 27.09.2019

Nyhetsmorgon: 22.09.2019, 24.09.2019

Streszczenie głównych wątków:

Młodzieżowy Strajk Klimatyczny (szw. *Skolstrejk för klimatet*) to ruch zapoczątkowany w Szwecji, mający na celu zwrócenie uwagi na konsekwencje zmian klimatycznych, w tym głównie globalnego ocieplenia oraz zachowywaną w stosunku do nich bierność polityków. Protest ten, rozpoczęty w 2018 roku przez Gretę Thunberg, w 2019 roku osiągnął skalę globalną. W przeciągu roku w strajku wzięli udział uczniowie z około 150 państw, rozpowszechniając ruch w mediach, wśród polityków, ekologów, a także promujących go aktorów, wokalistów i celebrytów⁶⁰⁶. Popularność strajku sprawiła, że jego inicjatorka otrzymała zaproszenie na odbywającą się w 2019 roku w Nowym Jorku Konferencja klimatyczna ONZ.

Greta Thunberg to urodzona w 2003 roku szwedzka aktywistka, która propaguje podjęcie przez rządy oraz społeczeństwa krajów na świecie zdecydowanych kroków umożliwiających zmniejszenie kryzysu klimatycznego, a przede wszystkim zwiększenie globalnej świadomości dotyczącej tego problemu. Rozpoczynając swój strajk w sierpniu 2018 roku rezygnowała ona raz w tygodniu ze wszystkich zajęć lekcyjnych na rzecz swojego – pierwotnie jednoosobowego – protestu, związanego z konsekwencjami klimatycznymi wywołanymi falą upałów w Szwecji. Skutkiem tego długotrwałego wzrostu temperatur były pożary szwedzkich lasów na ogromną skalę. Protest adresowany był wówczas głównie do przedstawicieli Riksdagu, czyli szwedzkiego parlamentu i łączył się z odbywającymi się we wrześniu wyborami parlamentarnymi w Szwecji. W przeciągu

⁶⁰⁶ S. Elks, *Greta Thunberg's rise from unknown activist to Time Person of the Year*, <https://www.reuters.com/article/us-usa-climate-thunberg-timeline-trfn-idUSKBN1YF299> [dostęp: 20.04.2020].

kilku miesięcy Greta Thunberg wzięła udział w licznych konferencjach klimatycznych oraz międzynarodowych spotkaniach dotyczących tego tematu w Europie, Stanach Zjednoczonych oraz Ameryce Południowej⁶⁰⁷.

Greta Thunberg jest także laureatką licznych nagród. W 2018 roku otrzymała stypendium od szwedzkiej organizacji Fryshuset w kategorii Young Role Model of the Year, a 2019 roku tytuł Człowieka Roku tygodnika *Time*. W 2019 roku nadany został jej tytuł *Doctor honoris causa* przez belgijski Uniwersytet w Mons, a także została ona nominowana do Pokojowej Nagrody Nobla. Nastolatka odmówiła przyjęcia kilku wyróżnień, w tym chociażby Nagrody Środowiska przyznanej jej w 2019 roku przez Radę Nordycką, tłumacząc swoją decyzję wystarczającą w jej opinii ilością przyznawanych w tym temacie nagród w przeciwieństwie do braku konkretnych działań ze strony władzy w sprawie poprawy sytuacji klimatycznej.

Prezentacja tematu przez *Today*:

W programie *Today* nawiązano do Szczytu Klimatycznego ONZ w Nowym Jorku już pod koniec sierpnia 2019 roku, kiedy Greta Thunberg przyплыnęła z Anglii do USA na pokładzie zeroemisyjnego jachtu (il. 38)⁶⁰⁸. Wybór tego środka transportu podyktowany był zwróceniem uwagi na problem nadmiernej emisji dwutlenku węgla generowanej na co dzień przez samoloty.

⁶⁰⁷ D. Savina, *Fenomenet Greta Thunberg: Från ensam skolstrejkare till följarskara på miljoner*, <https://www.svt.se/nyheter/lokalt/stockholm/tusentals-manifestationer-fredsprisnominering-och-uppmarksammade-tal-sa> [dostęp: 20.04.2020].

⁶⁰⁸ *Teen climate activist Greta Thunberg completes sailing trip to New York*, <https://www.today.com/video/teen-climate-activist-greta-thunberg-completes-sailing-trip-to-new-york-67750469886> [dostęp: 10.05.2020].

Ilustracja nr 38

Greta Thunberg po przybyciu do Nowego Jorku w sierpniu 2019 roku
Hasła na pasku informacyjnym: *Nastoletnia agitorka dotarła do Nowego Jorku*
Przemierzyła Atlantyk na jachcie zasilanym wiatrem i słońcem (tłum. WM)



Źródło: *Teen climate activist Greta Thunberg completes sailing trip to New York*,
<https://www.today.com/video/teen-climate-activist-greta-thunberg-completes-sailing-trip-to-new-york-67750469886> [dostęp: 10.05.2020].

Chociaż Greta Thunberg zaplanowała podróż do USA na sierpień, głównym jej celem było wzięcie udziału w rozmowach odbywających się we wrześniu w ramach organizowanej przez ONZ Konferencji klimatycznej. Pomimo próby przedstawienia informacji w sposób obiektywny, na twarzach prowadzących podczas omawiania tematu widoczny był uśmiech, sugerujący podziw i poparcie dla postawy Szwedki. Prezenterzy *Today* przedstawili temat w sposób emocjonalny, wyrażając swoją aprobatę jak i zdziwienie dla działań młodej szwedzkiej aktywistki. Prowadząca program, Kristen Walker, podsumowując relację dotyczącą morskiej wyprawy Greta Thunberg na konferencję ONZ, powiedziała: „To niesamowite, ona ma zaledwie 16 lat!”⁶⁰⁹.

Problemem społecznym poruszonym w odcinku jest brak widocznych działań dotyczących poprawy sytuacji klimatycznej ze strony władz na świecie. Osobami wypowiadającymi się w odcinku byli jego prowadzący, którzy używając neutralnego, a niekiedy także potocznego języka, ujęli temat w sposób uniwersalny. W programie podkreślono, że wyprawa na Konferencję klimatyczną ONZ to kontynuacja działań Greta

⁶⁰⁹ Oryginał: “How incredible, she’s just 16 years old!”, *Teen climate activist Greta Thunberg completes sailing trip to New York*, <https://www.today.com/video/teen-climate-activist-greta-thunberg-completes-sailing-trip-to-new-york-67750469886> [dostęp: 10.05.2020].

Thunberg, która swoją globalną walkę z biernością polityków dotyczącą spraw klimatycznych zaczęła już rok wcześniej. Przypomniano, że jest ona liderką strajku szkolnego na rzecz klimatu, który w krótkim czasie zyskał zwolenników i naśladowców na całym świecie. Dodano także, że za pomocą portali społecznościowych jej morską podróż na nowojorską konferencję ONZ śledziły 2 miliony osób.

W programie nie nazwano żadnej z wartości bezpośrednio, jednak biorąc pod uwagę sposób przedstawienia tematu przez prowadzących, wyrażających podziw dla heroicznej postawy aktywistki, pośrednio można zauważyć prezentację wartości jaką jest odwaga. Choć gospodarze starali się ująć temat w sposób obiektywny, sam przekaz informacji w odcinku można uznać za nieco emocjonalny. Może o tym świadczyć zarówno mimika prowadzącej, jak i dopingujący aktywistkę okrzyk prowadzącego: „Do boju, Greto!”⁶¹⁰.

Słowo i obraz pełnią w odcinku relację nierozrwalną. Użytymi w programie środkami obrazowymi były fragmenty filmów wideo przedstawiających morską podróż szwedzkiej aktywistki z Anglii do USA. Na filmach można było zauważyć trudności spowodowane dużym wiatrem oraz wysokimi falami oceanicznymi, pomimo których kontynuowano wyprawę. Jak podkreśliła prowadząca, chociaż Greta Thunberg przyznała, że nigdy wcześniej nie żeglowała, uznała, że zaryzykuje i jest zdecydowana na podróż. Obraz dopełniał standardowy pasek informacyjny z krótkim opisem aktualnie omawianego tematu.

Prezentacja tematu przez *Morgonstudion*:

W *Morgonstudion* do Szczytu Klimatycznego ONZ nawiązano m.in. 27 września 2019 roku, kiedy skoncentrowano się na szeroko komentowanej w mediach reakcji Greta Thunberg na przybycie Donalda Trumpa na konferencję. Oprócz prezenterów głos zabrali zarówno goście zaproszeni do studia – Tove Norström, felietonistka gazety *Aftonbladet* oraz James Savage, twórca szwedzkiej sieci *The Local*. Prezenterzy zaprezentowali fragment konferencji ONZ, na którym widać wyraz twarzy szwedzkiej aktywistki na

⁶¹⁰ Oryginał: “Go, Greta, go!”, *Teen climate activist Greta Thunberg completes sailing trip to New York*, <https://www.today.com/video/teen-climate-activist-greta-thunberg-completes-sailing-trip-to-new-york-67750469886> [dostęp: 10.05.2020].

widok przybycia amerykańskiego prezydenta (il. 39). Zapytani o ich opinię, eksperci przyznali, że na zdjęciu widać prawdziwe uczucia i nie są one w żaden sposób wyreżyserowane. Przyznano także, że jest to zdjęcie, które nie tylko zwraca jeszcze większą uwagę na świecie na samą debatę dotyczącą klimatu, ale także wizerunek, który może przejść do historii. Jak podkreśliła Tove Nordström, mimo że na zdjęciu widzimy młodą dziewczynę, przebija z niej wiele siły oraz odwagi⁶¹¹. Obraz ten niesie wiele nadziei zarówno w sprawach decyzji dotyczących poprawy klimatu, jak i samego młodego, jednak jak widać nieobojętnego i wierzącego w siebie oraz swoje przekonania pokolenia, którego także dotyczy i będzie dotyczyć ten problem⁶¹². Temat ujęto w sposób uniwersalny, a wartość, jaką jest odwaga, została zaznaczona w programie bezpośrednio. Jednogłośnie przyznano, że zdjęcie przedstawiające reakcję Greta Thunberg można nazwać wpływowym.

Ilustracja nr 39
Reakcja Greta Thunberg na przybycie Donalda Trumpa na Konferencję klimatyczną ONZ
w Nowym Jorku we wrześniu 2019 roku
Hasła na pasku informacyjnym: *Greta i Trump w tym samym pomieszczeniu*
Jedno spojrzenie mówi więcej niż... [tysiąc słów] (tłum. WM)



Źródło: *Fre* 27 sep 2019, <https://www.svtplay.se/video/20312902/morgonstudion/morgonstudion-27-sep-06-00-2?cmpid=del:an:09-27-2019:morgonstudion:pla:lp-app> [28.09.2019].

⁶¹¹ Oryginał: "(...) det bara är det att hon har liksom ett väldigt starkt och liksom modigt rättpatos, och det är det som skinner igenom... så är det, ah, uppigande (...)", *Fre* 27 sep 2019, <https://www.svtplay.se/video/20312902/morgonstudion/morgonstudion-27-sep-06-00-2?cmpid=del:an:09-27-2019:morgonstudion:pla:lp-app> [28.09.2019].

⁶¹² Oryginał: "(...) Asså jag tycker det säger väldigt mycket om så här vad hon har lyckats med, om vår tid på något sätt, att det finns också väldigt mycket hopp i den här bilden, att...vad man kan åstadkomma med liksom rätt övertygelse och tro, jag menar det är trots allt en 16-årig tjej liksom som bara använt sin rätt att strejka från början, liksom...så att det är ganska mäktigt (...)", *Fre* 27 sep 2019, <https://www.svtplay.se/video/20312902/morgonstudion/morgonstudion-27-sep-06-00-2?cmpid=del:an:09-27-2019:morgonstudion:pla:lp-app> [28.09.2019].

Problemem społecznym poruszonym w *Morgonstudion* jest brak widocznych działań dotyczących poprawy sytuacji klimatycznej ze strony władz na świecie. Głos w odcinku zabrali zarówno prowadzący, jak i goście, którymi byli dziennikarze, którzy ujęli temat w sposób uniwersalny, zaznaczając, że problem odnosi się do skali globalnej. Pomimo rozmowy o emocjach oraz mimice twarzy, widocznych na zaprezentowanym zdjęciu, podczas omawiania tematu prezenterzy jak i goście *Morgonstudion* zachowali obiektywność i przekazywali informacje w sposób nieemocjonalny. W programie używano języka formalnego. Wartość, która została omówiona w programie i której nazwa padła bezpośrednio, to odwaga. Podkreślono, że upublicznienie omawianego zdjęcia nie jest pierwszym momentem, w którym uwidoczniła została siła i odwaga szwedzkiej aktywistki, jednak dzięki niemu zostało to ukazane na większą skalę⁶¹³. Środki obrazowe, które wykorzystano w programie to jedynie znajdujący się za uczestnikami rozmowy ekran, na którym wyświetlano omawiane zdjęcie oraz pasek informacyjny u dołu ekranu (il. 40). Dzięki ograniczeniu dodatkowych elementów obrazowych, widzowie mogli dokładniej skupić się na przekazywanych w programie informacjach ustnych.

Ilustracja nr 40

Tove Nordström oraz James Savage w rozmowie z prowadzącymi w studiu *Morgonstudion*



Źródło: Fre 27 sep 2019, <https://www.svtplay.se/video/20312902/morgonstudion/morgonstudion-27-sep-06-00-2?cmpid=del:an:09-27-2019:morgonstudion:pla:lp-app> [28.09.2019].

⁶¹³ Fre 27 sep 2019, <https://www.svtplay.se/video/20312902/morgonstudion/morgonstudion-27-sep-06-00-2?cmpid=del:an:09-27-2019:morgonstudion:pla:lp-app> [28.09.2019].

Prezentacja tematu przez *Nyhetsmorgon*:

22 września 2019 roku w *Nyhetsmorgon* nawiązano do odbywającej się w tym samym tygodniu Konferencji klimatycznej ONZ w Nowym Jorku, w którym czynny udział wzięła Greta Thunberg. Omawianie tematu rozpoczęto od emisji krótkiego fragmentu kontrowersyjnej wypowiedzi nastolatki podczas panelu dyskusyjnego na konferencji ONZ. Szwedka podkreśliła w nim, że miliony ludzi z różnych krajów strajkowało żądając rzeczywistych działań w sprawie poprawy stanu klimatycznego na świecie. Thunberg dodała, że młodzi ludzie są nie tylko zjednoczeni w tej sprawie, ale ich działania w grupie są niemalże nie do zatrzymania, bez względu na pozytywny czy też negatywny odzew ze strony rządu lub innych ludzi⁶¹⁴.

Po wyemitowaniu fragmentu wypowiedzi Greta Thunberg, połączono się ze studia ze Stefanem Borgiem, reporterem przebywającym w Nowym Jorku. Ujmując temat uniwersalnie, prezenterka *Nyhetsmorgon* przyznała, że w ojczyźnie aktywistki szeroko komentuje się jej ostatnie wystąpienie i zapytała jak zostało ono odebrane w Stanach Zjednoczonych. Borg podkreślił, że w USA wypowiedź ta także zwróciła uwagę wielu odbiorców, zarówno tych mających możliwość wysłuchania jej na żywo podczas Konferencji klimatycznej, jak i oglądających konferencję w mediach. Korespondent zaznaczył, że odbiór ten może być spowodowany dramaturgią oraz oskarżycielskim charakterem wypowiedzi Szwedki, która wyraziła w niej rozczarowanie brakiem konkretnych decyzji polityków w sprawach klimatycznych⁶¹⁵.

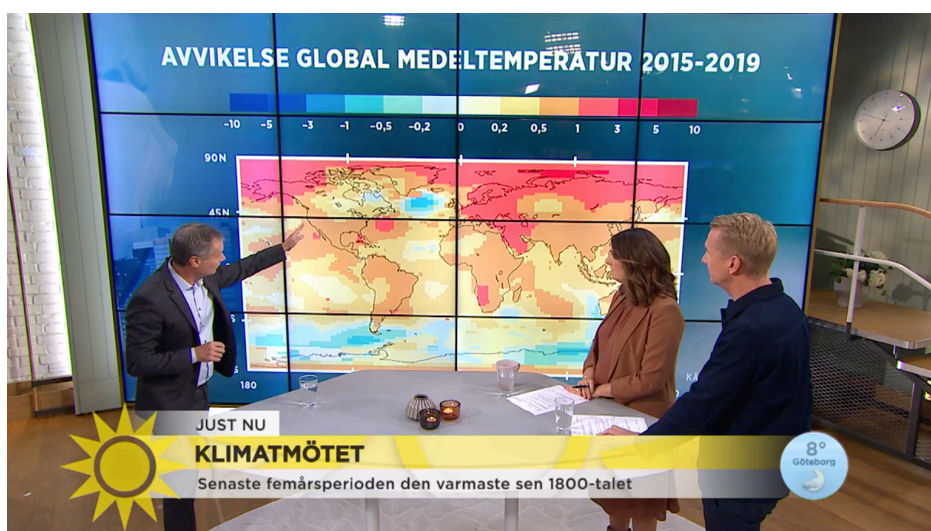
W programie 24 września 2019 roku gościł także ekspert, Johan Kuylenstierna, wiceprzewodniczący Rady Polityki Klimatycznej oraz profesor z Uniwersytetu Sztokholmskiego, który używając języka naukowego, opowiedział o wadze wydarzenia, jakim jest Konferencja klimatyczna ONZ. Gość, zapytany przez prezenterów o to, czy konferencja ta może cokolwiek zmienić, odpowiedział, że spotkania takie jak to mają bardzo duży wpływ na decyzje, które będą podejmowane przez światowych liderów w przyszłości. Ekspert zaznaczył, że konkretne rezultaty nie nadejdą z dnia na dzień, jednak konferencje takie jak ta są okazją do spotkania się nie tylko osób decyzyjnych, a w tym m.in. głów państw, ale także jest to jedno z najbardziej medialnych spotkań dotyczących

⁶¹⁴ *Greta Thunbergs tal i FN: "Vi unga är ostoppbara"*, <https://www.tv4.se/klipp/va/12500375/greta-thunbergs-tal-i-fn-vi-unga-ar-ostoppbara> [dostęp: 15.01.2020].

⁶¹⁵ Ibidem.

zagadnień klimatycznych. To dzięki mediom z wielu krajów, których przedstawiciele także są gośćmi na konferencji, tematy poruszane podczas paneli są rozpowszechniane w poszczególnych krajach, co skutkuje rozpoczęciem dialogu międzynarodowego na omawiane tematy. W czasie swojej wypowiedzi Johan Kuylenstierna opowiedział także o zmianach klimatycznych widocznych na przestrzeni ostatnich lat na świecie. Wykorzystując do pomocy mapę podkreślił, że m.in. problem wzrostu temperatury nie dotyczy tylko krajów, w których różnice te widać drastycznie, ale też Skandynawii, gdzie od 2015 do 2019 roku średnia temperatura również wzrosła o kilka stopni i jest ona najwyższą odnotowaną tam od XIX wieku (il. 41)⁶¹⁶.

Ilustracja nr 41
Johan Kuylenstierna prezentujący dane dotyczące zmian klimatycznych w latach 2015-2019
Hasła na pasku informacyjnym: *Konferencja klimatyczna*
Okres ostatnich pięciu lat najcieplejszym od XIX wieku (tłum. WM)



Źródło: *Gretas arga tal i FN: "Hur vågar ni?!"*, <https://www.tv4.se/klipp/va/12500824/gretas-arga-tal-i-fn-hur-vagar-ni> [dostęp: 15.01.2020].

Problemem społecznym omawianym w *Nyhetsmorgon* jest brak widocznych działań dotyczących poprawy sytuacji klimatycznej ze strony władz na świecie. W programie wypowiedzieli się zarówno prowadzący, reporter z Nowego Jorku, jak i ekspert w osobie profesora uniwersyteckiego. Informacje przekazano obiektywnie i nieemocjonalnie, a sam temat został ujęty w sposób uniwersalny poprzez nawiązania nie

⁶¹⁶ *Gretas arga tal i FN: "Hur vågar ni?!"*, <https://www.tv4.se/klipp/va/12500824/gretas-arga-tal-i-fn-hur-vagar-ni> [dostęp: 15.01.2020].

tylko do spraw podejmowanych na nowojorskiej konferencji, ale także zagadnień klimatycznych związanych bezpośrednio ze Szwecją oraz innymi krajami. W programie użyto języka formalnego i naukowego, zwłaszcza podczas wypowiedzi eksperta. W odcinku nie pojawiły się nazwy wartości, jednak pośrednio można mówić o zaprezentowaniu wartości, jaką jest odwaga. Po wyemitowaniu wypowiedzi Greta Thunberg na Szczycie Klimatycznym ONZ w programie podkreślono, że słowa młodej aktywistki wygłoszone przed dużą międzynarodową publicznością były bardzo przejmujące i wzbudziły wiele komentarzy polityków na całym świecie.

Środki obrazowe użyte w programie to mapa czy statystyki dotyczące zmian klimatycznych wyświetlane na ekranie w studiu. Informacje na ekranie posłużyły odbiorcom jako komentarz i pomoc w zrozumieniu omawianych tematów. Słowo i obraz tworzą w programie zatem relację nierozzerwalną.

Wartości prezentowane w ramach odcinków:

Jedyną wartością, która pojawia się w programach podczas omawiania powyższego tematu, jest odwaga. W *Today* oraz *Nyhetsmorgon* nawiązano do niej pośrednio, zaś w *Morgonstudion* wartość ta została nazwana i omówiona w sposób bezpośredni. W każdym z programów wartość, jaką jest odwaga, została połączona z osobą Greta Thunberg, jednak za każdym razem w innym kontekście.

W *Today* o odwadze mówiono przy prezentacji tematu dotyczącego morskiej podróży aktywistki, która w akcie protestu, zamiast samolotu wybrała drogę wodną, aby dostać się z Europy na odbywającą się w Nowym Jorku Konferencję Klimatyczną ONZ. W programie podkreślono, że ze względu na niekorzystne warunki atmosferyczne, w tym przede wszystkim silny wiatr powodujący wysokie fale, wyprawa nie należała do łatwych, jednak Szwedka nie zdecydowała się na rezygnację lub przerwanie podróży.

Morgonstudion to jedyny program, w którym wartość, jaką jest odwaga została bezpośrednio nazwana i omówiona. Przekaz zaprezentowany w odcinku szwedzkiego programu telewizji publicznej stał się zatem najbardziej wyraźny spośród wszystkich omawianych w analizie. O odwadze powiedziano tu w trakcie omawiania zdjęcia z nowojorskiej Konferencji klimatycznej ONZ, na którym uwieczniono reakcję Greta Thunberg na pojawienie się na konferencji prezydenta USA, Donalda Trumpa. W

programie podkreślono, że postawa Szwedki cechuje się odwagą i dzięki niej temat, jakim jest walka o podjęcie konkretnych działań dotyczących spraw klimatycznych, staje się coraz bardziej popularny na całym świecie.

W *Nyhetsmorgon* do wartości, jaką jest odwaga, nawiązano pośrednio poprzez emisję fragmentu kontrowersyjnej wypowiedzi szwedzkiej aktywistki podczas konferencji ONZ. Po zaprezentowaniu wystąpienia Greta Thunberg widzom, prezytenci zaznaczyli, że wypowiedź miała silny i przejmujący charakter. Słowa Szwedki były komentowane *post factum* przez media na całym świecie, ale w czasie rzeczywistym mogli ich wysłuchać także liderzy wielu państw, co – biorąc pod uwagę wiek aktywistki – można łączyć z wykazywaną przez nią odwagą.

Komentarz:

Problemem społecznym poruszonym w odcinkach jest brak decyzyjności polityków w sprawach dotyczących zmian klimatycznych na świecie. Konferencja Klimatyczna ONZ to coroczne konferencje odbywające się w różnych państwach z udziałem międzynarodowych liderów, głów państw oraz mediów. Jest to okazja do zaprezentowania swojego stanowiska lub rozpropagowania idei, mogących wpłynąć na polepszenie klimatu na skalę globalną. W każdym z odcinków omówionych powyżej zaznaczono, że Greta Thunberg wykorzystała wspomnianą szansę i udało jej się zwrócić uwagę na konkretny problem. Podkreślono, że cel ten został osiągnięty globalnie, tak też temat za każdym razem ujęto uniwersalnie. Jednakże, każdy z programów wybrał inny element, na którym skupiono się, aby pokazać zasięg przekazu szwedzkiej aktywistki. Podczas gdy w szwedzkich programach zwrócono uwagę na panelową wypowiedź Greta Thunberg oraz jej reakcję na przybycie prezydenta USA na konferencję ONZ, w programie amerykańskim omówiono podróż Szwedki na nowojorską konferencję. Zaznaczając wybór nietypowego środka transportu podkreślono odwagę Greta Thunberg, ale także był to element, który dzięki zastosowaniu środków obrazowych w formie prezentacji fragmentów wymagającej podróży, mógł zainteresować większą ilość widzów, co zwiększyło jego popularność. Informacje przekazano w programie w sposób emocjonalny, a o subiektywnym sposobie prezentacji tematu mogła świadczyć nie tylko mimika prezytenci, ale także ich komentarze, które aprobowały postawę młodej

Szwedki. Język, którym posługiwano się w programie w większości można uznać za neutralny, jednak w niektórych momentach można było usłyszeć także frazy potoczne.

Inaczej informacje zaprezentowano w szwedzkich programach porannych, w których o każdym z dyskutowanych elementów tematu mówiono w sposób obiektywny i nieemocjonalny. Język, którym posługiwali się zarówno prezenterzy, jak i goście można uznać za formalny, a niekiedy także naukowy. W szwedzkich programach ograniczono także środki obrazowe, jednak w ich wypadku można zauważyć różnice też pomiędzy samymi programami – publicznym a komercyjnym, z czego ostatniemu bliżej jest w tym wypadku do amerykańskiego *Today*, gdzie słowo i obraz tworzą relację nierozzerwalną. W *Morgonstudion* środki obrazowe ograniczono do minimum i użyto jedynie omawianego w trakcie programu zdjęcia przedstawiającego reakcję Greta Thunberg na przybycie prezydenta USA na Konferencję Klimatyczną ONZ, podczas gdy w *Nyhetsmorgon* wykorzystano kilka elementów graficznych takich jak mapy czy pokazywane na ekranie statystyki dotyczące zmian klimatycznych na świecie. Z jednej strony użycie środków obrazowych mogło pomóc widzom w zrozumieniu tematu, jednak z drugiej strony używanie ich wpływa na odbiór przekazu podyktowany nie własnym osądem, a subiektywną opinią prowadzących i gości.

Temat nr 9: Środki na służby publiczne w USA vs. pożary w Kalifornii w 2018 i 2019 roku

Daty emisji odcinków:

Today: 30.10.2019

Morgonstudion: 29.10.2019

Nyhetsmorgon: 12.11.2018

Streszczenie głównych wątków:

Zmiany klimatyczne, a w tym głównie globalne ocieplenie z roku na rok skutkują klęskami żywiołowymi w coraz bardziej widoczny sposób. Podobnie jak rok wcześniej, jesienią 2019 roku w Kalifornii wybuchły pożary utrzymujące się niemal przez miesiąc. Jak poinformowała straż pożarna w Los Angeles, główną przyczyną wzniesienia pożaru miała być gałąź rzucona na przewody linii elektrycznych, czego efekt wzmocniły fale upałów, które opanowały wówczas cały stan. Szybko rozprzestrzeniający się ogień strawił zarówno dużą część lasów, jak i domów znajdujących się na wzgórzach Los Angeles. Skala pożarów była tak duża, że ewakuowano nie tylko niektóre rodziny mieszkające wzdłuż linii lasów, ale całe osiedla i dzielnice stanu. Wśród osób ewakuowanych znaleźli się także aktorzy i sportowcy, w tym Arnold Schwarzenegger oraz koszykarz LeBron James. Nie tylko wzrost temperatury, ale także niska wilgotność powietrza i długo utrzymujący się silny wiatr, spowodował rozprzestrzenienie się ognia, co pozbawiło prądu miliony mieszkańców, którzy nie zostali objęci nakazem ewakuacji.

Pożary rozprzestrzeniły się na tak dużą skalę, że w stanie Kalifornia w październiku zarówno 2018, jak i 2019 roku ogłoszono stan wyjątkowy. Wiatr osiągający prędkość blisko 100 kilometrów na godzinę, który pojawił się w Kalifornii w pierwszych dniach listopada, ograniczył pracę helikopterów i samolotów gaśniczych, które były głównym narzędziem w próbach ugaszenia ognia. Zamknięto także wiele dróg i autostrad. W części instytucji edukacyjnych odwołano również zajęcia. Ostatecznie, żywioł pochłonął ponad

100 tysięcy hektarów lasów, a same stanowe środki przeznaczone na ugaszenie pożarów określa się na koszt około 200 milionów dolarów⁶¹⁷.

Publiczne służby to jednak nie jedyne, które walczyły w tym czasie z żywiołem w Kalifornii. Ze względu na obcięcie kosztów finansowania Służby Leśnej Stanów Zjednoczonych, Agencji Ochrony Środowiska, a także innych federalnych agencji przez prezydenta Donalda Trumpa, który spotkał się przez to z krytyką obywateli, mieszkańcy zagrożonych pożarami terenów niejednokrotnie starali się walczyć z żywiołem ze środków prywatnych. Pomoc w zapobieganiu tego typu sytuacjom od strony polityczno-społecznej możliwa jest tylko po zrozumieniu, że ocieplenie klimatu rzeczywiście postępuje i jest realnym zagrożeniem, z czym niejednokrotnie nie zgadzał się prezydent USA⁶¹⁸. Podczas katastrofy, prywatne straże pożarne wynajmowali zarówno mieszkańcy, jak i ubezpieczyciele, dla których – pomimo ogromnych kosztów wynajmu strażaków – wciąż były to mniejsze kwoty niż te, które potencjalnie mieliby zapłacić za strawione pożarem kalifornijskie wille. Nie jest to jednak ani łatwe do zorganizowania, ani tanie, przez co na dodatkową ochronę nieruchomości mogli pozwolić sobie jedynie niektórzy⁶¹⁹. Znaleźli się także nieliczni, którzy wspierając ochronę swojego domu, jednocześnie przeznaczali środki na wsparcie całej dzielnicy oraz samych pracujących przy akcji strażaków⁶²⁰. Byli to najczęściej właściciele posiadłości w dzielnicy Hollywood, uznawanej za jedną z najzamożniejszych w Stanach Zjednoczonych. Domy Amerykanów, którzy podczas pożarów w 2018 i 2019 roku zdani byli jedynie na pomoc publiczną, nie mając możliwości opłacenia prywatnej straży pożarnej, niejednokrotnie zostały strawione przez ogień.

⁶¹⁷ T. Arango, J. A. Del Real, I. Penn, *5 Lessons We Learned From the California Wildfires in 2019*, <https://www.nytimes.com/2019/11/04/us/fires-california.html> [dostęp: 15.04.2020].

⁶¹⁸ C. Davenport, T. Fuller, *Trump Stymies California Climate Efforts Even as State Burns*, <https://www.nytimes.com/2019/11/02/us/climate-change-california-fires-trump.html> [dostęp: 15.04.2020].

⁶¹⁹ E. Varian, *While California Fires Rage, the Rich Hire Private Firefighters*, <https://www.nytimes.com/2019/10/26/style/private-firefighters-california.html> [dostęp: 15.04.2020].

⁶²⁰ A. Jackson, *LeBron James sends taco truck to feed firefighters in LA*, <https://edition.cnn.com/2019/10/29/us/lebron-james-taco-truck-firefighters-trnd/index.html> [15.04.2020].

Prezentacja tematu przez *Today*:

W *The Today Show* temat dotyczący kalifornijskich pożarów, utrzymujących się przez niemal miesiąc, podjęto m.in. 30 października 2019 roku. W programie, oprócz prowadzących, głos zabrał także korespondent NBC Sam Brock, który przedstawił widzom bieżącą sytuację na zachodnim wybrzeżu Stanów Zjednoczonych. Podkreślił on, że zasięg pożaru oceniany jest na największy odnotowany w ciągu ostatniej dekady, przez co w Kalifornii oficjalnie ogłoszono tzw. „skrajne ostrzeżenie przeciwpożarowe”, wydane przez Narodową Służbę Pogodową w Stanach Zjednoczonych. Przyczyna rozprzestrzeniania się pożaru na terenie stanu to, po pierwsze, wiatr wiejący z prędkością 120 kilometrów na godzinę, który jedynie pogarsza już ciężką do opanowania sytuację, poprzez przenoszenie ognia na kolejne części lasów i budynki, a po drugie, brak wystarczającej ilości środków do zwalczania ognia spowodowany zmniejszeniem budżetu państwa na ten cel. W rezultacie, przez straty, pozbawionych prądu zostało około miliona osób, zamieszkujących południową i północną część Kalifornii, o czym poinformowano widzów zarówno werbalnie, jak i na pasku informacyjnym u dołu ekranu (il. 42). Tysiące osób zostało ewakuowanych w czym pomogło około pięciu tysięcy strażaków pracujących przy gaszeniu pożarów domów i lasów. Liczba ta, dla podkreślenia jej ogromu, została zaznaczona na czerwono i wyświetlona na ekranie dla oglądających program widzów (il. 43). W programie pokazano z lotu ptaka przypadkowe domy, które zajął pożar, jednak dodano, że wśród nich są także posiadłości znanych aktorów czy sportowców, zamieszkujących wzgórze Los Angeles. Jako jednego z nich wymieniono LeBrona Jamesa, amerykańskiego koszykarza, którego wizerunek pokazano w programie oraz dodano, że w ramach podziękowania dla strażaków wynajął on *foodtruck* – restauracyjną furgonetkę, która dostarczała im posiłki podczas dni spędzanych na gaszeniu pożarów (il. 44). Jest to jeden z prywatnych gestów wykonanych w stronę państwowej straży pożarnej, której finansowanie za czasów prezydentury Donalda Trumpa zostało zmniejszone przez amerykański rząd.

Ilustracja nr 42

Prezentacja materiałów ukazujących ogień trawiący wzgórze Kalifornii z lotu ptaka

Hasła na pasku informacyjnym: *Stan wyjątkowy w Kalifornii*

Milion osób bez prądu podczas dewastacji północy i południa stanu przez pożarny (tłum. WM)

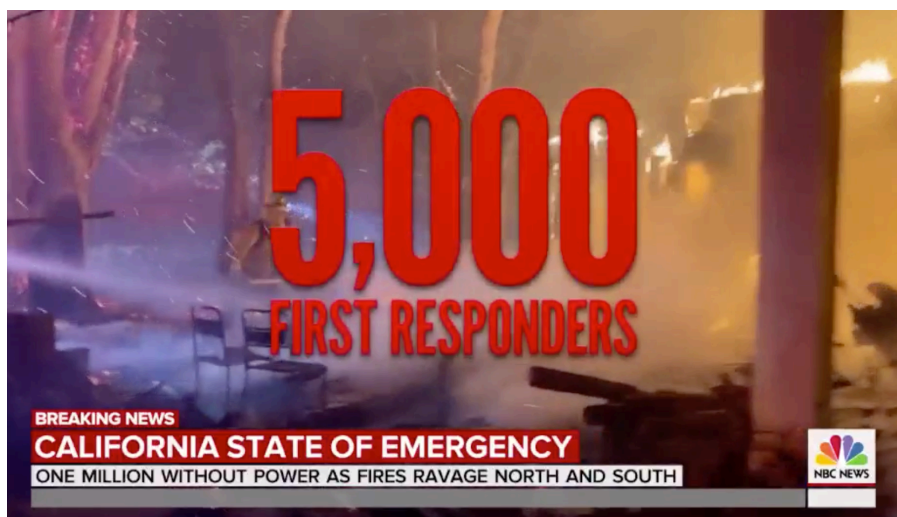


Źródło: *Raging winds fuel California wildfires, forcing more evacuations*,
<https://www.today.com/video/raging-winds-fuel-california-wildfires-forcing-more-evacuations-72306245605> [dostęp: 15.04.2020].

Ilustracja nr 43

5000 ratowników – informacja określająca liczbę osób udzielających pierwszej pomocy podczas pierwszych dni pożarów w Kalifornii w 2019 roku.

Użycie czerwonego koloru oraz powiększenie czcionki, zwiększa oddziaływanie perswazyjne na odbiorcę



Źródło: *Raging winds fuel California wildfires, forcing more evacuations*,
<https://www.today.com/video/raging-winds-fuel-california-wildfires-forcing-more-evacuations-72306245605> [dostęp: 15.04.2020].

Ilustracja nr 44
Strażacy przy *foodtrucku* wynajętym dla nich przez LeBrona Jamesa



Źródło: *Raging winds fuel California wildfires, forcing more evacuations*,
<https://www.today.com/video/raging-winds-fuel-california-wildfires-forcing-more-evacuations-72306245605> [dostęp: 15.04.2020].

Problemem społecznym poruszonym w odcinku jest zmniejszenie środków państwowych na służby publiczne (w tym kontekście – krytyka rządów Donalda Trumpa), co rzutuje na trudności z opanowaniem pożaru przez strażaków w wymaganym tempie. Ze względu jednak na to, że temat ten dotyczył bezpośrednio Stanów Zjednoczonych, w amerykańskim programie skupiono się w tym czasie głównie na omówieniu lokalnych zagrożeń związanych z żywiołem oraz przekazaniu najważniejszych informacji dotyczących ewakuacji. W czasie rzeczywistym trwania pożarów, sprawy polityczne zostały w *Today* przeniesione na drugi plan.

W programie użyto bezpośrednich zwrotów do rozmówców oraz języka neutralnego, a informacje przekazywano niekiedy w sposób subiektywny i emocjonalny. Korespondent Sam Brock podczas krótkich wywiadów ze strażakami zapytał jednego z nich: „Jak bardzo obawiasz się tego jak sprawy [związane z pożarem] będą wyglądać jutro?”⁶²¹, otrzymując odpowiedź mówiącą o jego ogromnych obawach, która uzupełniona została wskazującą na wspomniane obawy mimiką strażaka. Po przedstawieniu swojej relacji, zwrócił się także bezpośrednio do prowadzących:

⁶²¹ Oryginał: “How worried are you about what things are gonna look like tomorrow?”, *Raging winds fuel California wildfires, forcing more evacuations*, <https://www.today.com/video/raging-winds-fuel-california-wildfires-forcing-more-evacuations-72306245605> [dostęp: 15.04.2020].

„Savannah i Hoda, oddaję wam głos”, sugerując zakończenie przekazywania swojej części i powrót do informacji prezentowanych ze studia⁶²².

Prezenterki, po podziękowaniu korespondentowi za przekazane informacje, zaanonsowały kolejną część programu – prognozę pogody – która, jak zaznaczyły, jest dla odbiorców w bieżącej chwili najbardziej interesująca. W programie nie nazwano żadnej z wartości bezpośrednio, jednak pośrednio można było zauważyć nawiązania do wartości, jaką jest bezpieczeństwo. Prognozę zaprezentował Al Roker, prezenter pogody współpracujący z NBC od ponad 40 lat. Ta część programu została przedstawiona w niecodzienny dla *Today* sposób. W programie nie pokazano jednej standardowej mapy widocznej na pojedynczym ekranie, a składającą się z odrębnych części prognozę dla poszczególnych obszarów dotkniętych pożarem, wyświetlaną na trzech osobnych ekranach⁶²³. Al Roker nie skupiał się jedynie na statystykach pogodowych, ale przypomniał widzom w jakich sytuacjach zależnych od pożaru i temperatury muszą oni niezwłocznie opuścić budynki, aby nie narażać swojego życia i zdrowia. Zwracając się na koniec do prowadzącej, powiedział: „Sytuacja jest wciąż bardzo niebezpieczna, Savannah”⁶²⁴. O antywartości, jaką jest niebezpieczeństwo, powiedziano tu zatem w sposób pośredni. Obawy synoptyka potwierdziła także jego mimika, wskazująca na powagę sytuacji, w której znalazła się Kalifornia.

Prezentacja tematu przez *Morgonstudion*:

W *Morgonstudion* temat dotyczący pożarów w Kalifornii podjęto 29 października 2019 roku. Prezenterzy rozpoczęli od krótkiego wstępu prezentując najnowsze statystyki dotyczące pożarów i ewakuacji części Zachodniego Wybrzeża USA. Podkreślili, że do tej pory w północnych częściach stanu około 200 000 osób zostało poproszonych o

⁶²² Oryginał: “Savannah and Hoda, back to you”, *Raging winds fuel California wildfires, forcing more evacuations*, <https://www.today.com/video/raging-winds-fuel-california-wildfires-forcing-more-evacuations-72306245605> [dostęp: 15.04.2020].

⁶²³ *Raging winds fuel California wildfires, forcing more evacuations*, <https://www.today.com/video/raging-winds-fuel-california-wildfires-forcing-more-evacuations-72306245605> [dostęp: 15.04.2020].

⁶²⁴ Oryginał: “(...) [It’s] a very dangerous situation, still, Savannah”, *Raging winds fuel California wildfires, forcing more evacuations*, <https://www.today.com/video/raging-winds-fuel-california-wildfires-forcing-more-evacuations-72306245605> [dostęp: 15.04.2020].

opuszczenie swoich domów dla zachowania bezpieczeństwa⁶²⁵. Wartość, jaką jest bezpieczeństwo, została w tym miejscu nazwana bezpośrednio. W kolejnej części programu do wartości tej nawiązano również pośrednio. W wyemitowanym filmie wideo przedstawiającym przemowę Erica Garcettiego, burmistrza Los Angeles, podkreślił on, że mieszkańcy Los Angeles powinni niezwłocznie opuścić miejsce zamieszkania, aby chronić siebie i swoich bliskich. Burmistrz zwrócił się do odbiorców poprzez użycie zwrotów adresatywnych: „(...) Jeśli otrzymaliście zawiadomienie o ewakuacji, słuchacie mnie teraz i wciąż jesteście w swoich domach, opuście je. (...) Jedynym, czego nie możecie zastąpić jesteście wy sami oraz wasze rodziny”⁶²⁶.

Połączono się także z korespondentką Jeanette Öhman, która przebywała wówczas w Los Angeles. Prezenterzy zaznaczyli, że ogień zaczyna trawić coraz większe połacie terenu zarówno w północnej jak i południowej Kalifornii i poprosili dziennikarkę o przedstawienie najnowszych faktów z perspektywy osoby, która znajduje się niedaleko miejsca zagrożenia. Jeanette Öhman podkreśliła, że zamknięto wszystkie szkoły w dzielnicach zagrożonych pożarem i osoby, które mieszkają niedaleko przyznają, że są przygotowane na ewakuację oraz pełne obaw dotyczących żywności. Korespondentka dodała, że wybuchają także nowe pożary, najczęściej spowodowane przeniesieniem płomieni przez wiatr, a także, że obecnie w Los Angeles pozbawionych prądu są ponad 2 miliony osób. Podczas wideokonferencji z dziennikarką, na ekranie pokazywano materiały ilustrujące zagrożenie z lotu ptaka, a ton głosu oraz mimika uczestników rozmowy wskazywały na obawy związane z pogarszającą się sytuacją klimatyczną (il. 45).

⁶²⁵ Oryginał: “(...) I norra delen av delstaten har runt 200 000 människor uppmanats att lämna sina hem för att sätta sig i säkerhet”, *Tis 29 oct 2019*, <https://www.svtplay.se/video/20312810/morgonstudion/29-okt-0600> [dostęp: 30.10.2019].

⁶²⁶ “(...) If you get the evacuation notice and you are listening to me right now and you are still in your home, leave. (...) The only one thing you cannot replace is you and your family”, *Tis 29 oct 2019*, <https://www.svtplay.se/video/20312810/morgonstudion/29-okt-0600> [dostęp: 30.10.2019].

Ilustracja nr 45

Prowadzący *Morgonstudion* w wideokonferencji z Jeanette Öhman.

Multimodalny sposób przekazywania informacji (obraz katastrofy komentowany przez prowadzących oraz reporterkę za pomocą słów, tonu głosu i mimiki) zwiększa oddziaływanie perswazyjne na odbiorcę

Hasła na pasku informacyjnym: *Burmistrz ogłasza stan wyjątkowy*
Pożary lasów zagrażają tysiącom (tłum. WM)



Źródło: *Tis* 29 oct 2019, <https://www.svtplay.se/video/20312810/morgonstudion/29-okt-0600> [dostęp: 30.10.2019].

Prezenterzy połączyli się także telefonicznie z Andreą Tegstam, szwedzką dziennikarką mieszkającą na stałe w mieście Santa Rosa w Kalifornii, które okazało się jednym z najbardziej dotkniętych pożarem miejsc. W przeciwieństwie do wideokonferencji z Jeanette Öhman, tym razem na ekranie pojawiło się jedynie zdjęcie Andrei Tegstam, ponieważ była to rozmowa *stricte* telefoniczna. Informacje na ekranie uzupełniono o widoczne dla odbiorców materiały ukazujące walkę z strażaków z kalifornijskim pożarem oraz miniaturę wideo prezentującą prowadzących. Słowo z obrazem połączono za pomocą cały czas widocznego paska informacyjnego u dołu ekranu komentującego omawiany bieżąco temat (il. 46). Zapytana o warunki panujące w Santa Rosa, Andrea Tegstam przyznała, że jest jedną z osób jak do tej pory jeszcze szczęśliwie mającą dostęp do prądu, jednak ma kontakt ze znajomymi, którzy mieszkają w innej części miasta i są pozbawieni energii elektrycznej od kilku dni. Dziennikarka przyznała także, że ewakuowano już kilka tysięcy osób, a pozostali są przygotowani na ewentualną konieczność opuszczenia domów⁶²⁷.

⁶²⁷ *Tis* 29 oct 2019, <https://www.svtplay.se/video/20312810/morgonstudion/29-okt-0600> [dostęp: 30.10.2019].

Ilustracja nr 46
Prowadzący *Morgonstudion* w rozmowie z Andreą Tegstam
Multimodalny sposób przekazywania informacji zwiększa oddziaływanie perswazyjne na odbiorcę



Źródło: *Tis* 29 oct 2019, <https://www.svtplay.se/video/20312810/morgonstudion/29-okt-0600> [dostęp: 30.10.2019].

Po powrocie do rozmowy z Jeanette Öhman, korespondentka zapytana przez prowadzących o to czy informacje o zatrudnianiu prywatnych strażaków przez niektóre rodziny są prawdziwe, odpowiedziała, że tak i nie jest to nowy trend, ponieważ w czasie ubiegłorocznych pożarów o podobnej skali takie sytuacje również miały miejsce. Jak przyznała, najczęściej możliwość taką wybierają mieszkający w Los Angeles celebryci, których posiadłości wycenia się na kilkadziesiąt milionów dolarów. Dla osób tych wciąż tańszym jest bowiem wynajęcie prywatnych strażaków niż odbudowa domów z pieniędzy z ubezpieczeń. Dziennikarze przyznali, że pomimo iż w Szwecji sytuacja ta wydaje się niemożliwa czy surrealna, w USA system wygląda inaczej, przez co sięganie po pomoc prywatnej straży pożarnej nie jest już czymś nowym. Wszystko to ma związek z obciążeniem budżetu Służby Leśnej USA przez rząd, co w konsekwencji skutkuje mniejszymi środkami publicznymi przeznaczanymi na walkę z żywiołem. Na ekranie pokazano fragment artykułu ze szwedzkiej gazety *Svenska Dagbladet*, w którym opisano jeden z przypadków wynajęcia prywatnej straży pożarnej w Kalifornii z 2018 roku (il. 47)⁶²⁸.

⁶²⁸ Ibidem.

Ilustracja nr 47

Wyświetlony w *Morgonstudion* fragment artykułu z gazety *Svenska Dagbladet* opisujący wynajęcie prywatnej straży pożarnej przez mieszkających w Kalifornii celebrytów – połączenie tekstu z obrazem, uzupełnione komentarzem dziennikarzy tworzy przekaz multimodalny oddziałujący perswazyjnie na odbiorcę



Źródło: *Tis 29 oct 2019*, <https://www.svtplay.se/video/20312810/morgonstudion/29-okt-0600> [dostęp: 30.10.2019].

Problemem społecznym poruszonym w odcinku jest zmniejszenie środków państwowych na służby publiczne w USA, czego skutkiem są trudności z opanowaniem pożaru przez strażaków w wymaganym tego czasie. Podobnie jak w programie *Today*, tak i w *Morgonstudion* na pierwszy plan wysuwa się jednak ukazanie walki z żywiołem i próba przekazania informacji o ewakuacji oraz zwiększającej się skali zagrożeń. Powodem tego może być fakt, że USA to kraj, w którym osiedla się najwięcej Szwedów, którzy planują życie i pracę poza granicami rodzimego kraju. Są to około 4 miliony osób, co daje bardzo duży procent biorąc pod uwagę ogólną liczebność Szwedów wynoszącą na świecie razem jedynie kilkanaście milionów⁶²⁹. Poranny program *Morgonstudion*, dzięki dostępności jego odcinków w internecie, mogą oglądać z opóźnieniem lub w czasie rzeczywistym także Szwedzi mieszkający w Stanach Zjednoczonych, przez co tak ważne jest komentowanie na żywo informacji dotyczących wszelkiego rodzaju sytuacji

⁶²⁹ United States Census Bureau, https://archive.ph/20150215231840/http://factfinder.census.gov/faces/tableservices/jsf/pages/productview.xhtml?pid=ACS_09_1YR_B04003&prodType=table [dostęp: 15.04.2020].

związanych z zagrożeniem życia lub zdrowia. W tym wypadku, przekazywanie wiadomości dotyczących ewakuacji i aktualnego stanu walki z żywiołem wysunęło się zatem na pierwszy plan, pozostawiając za sobą związane z katastrofą czynniki polityczno-ekonomiczne.

W odcinku wypowiedzieli się zarówno prowadzący, jak i korespondentki relacjonujące sytuację ze Stanów Zjednoczonych. Język używany przez nich w programie można określić jako formalny i nieemocjonalny. Niemniej jednak sam ton głosu oraz mimika rozmówców były odzwierciedleniem ich subiektywnych opinii, łączących się z obawą zagrożeniem, które niesie omawiany w programie pożar. Elementy te wzmocniły siłę i powagę prezentowanego w *Morgonstudion* przekazu. Pomimo tego, że dziennikarki, z którymi połączono się podczas programu mieszkają w okolicach miejsc pożarów, ich wypowiedzi stroniły jednak od słów sugerujących panikę. Każda z nich starała się przekazać informacje bezpośrednio i klarownie, aby mogły one trafić do jak największej liczby nie tylko zainteresowanych, ale także potrzebujących ich osób (w tym chociażby tych znajdujących się w USA i oglądających program *online* i/lub mieszkających w Szwecji rodzin osób przebywających w tym czasie w Kalifornii, z którymi mają oni bieżący kontakt). Temat został ujęty w sposób uniwersalny, poprzez wspomnienie nie tylko o amerykańskiej, ale i o szwedzkiej perspektywie dotyczącej sprawy. Przykładem tego było chociażby omówienie fragmentów opisywanych w krajowej gazecie *Svenska Dagbladet*.

Wartością, o której mowa w programie bezpośrednio, jest bezpieczeństwo. Prowadzący podkreślili ją w czasie przekazywania informacji o postępach w ewakuacji, która przeprowadzana jest w stanie Kalifornia dla zachowania bezpieczeństwa jego mieszkańców⁶³⁰. Do wartości tej nawiązano w programie kilkakrotnie także pośrednio, przykładowo w czasie emisji nawołującego mieszkańców do wypełniania nakazów służb publicznych burmistrza Los Angeles, czy też podczas omawiania możliwości wynajęcia prywatnej straży pożarnej. Pomoc tej ostatniej niejednokrotnie okazała się nieoceniona. Rezultatem zbyt małych środków przekazywanych przez amerykański rząd dla publicznych służb walczących z pożarami, było bowiem spowolnienie akcji strażaków.

⁶³⁰ Oryginał: “(...) I norra delen av delstaten har runt 200 000 människor uppmanats att lämna sina hem för att sätta sig i säkerhet”, *Tis 29 oct 2019*, <https://www.svtplay.se/video/20312810/morgonstudion/29-okt-0600> [dostęp: 30.10.2019].

Prezentacja tematu przez *Nyhetsmorgon*:

Podczas gdy w *Morgonstudion* relacjonowano wydarzenie jakim były pożary w Kalifornii w 2019 roku, w *Nyhetsmorgon* nie poruszono wówczas tego tematu. Jednakże, podczas kalifornijskich pożarów na większą skalę, mających miejsce niemal dokładnie rok wcześniej, prezenterzy programu komercyjnego kanału porannej szwedzkiej telewizji rozwinęli wątek kilkakrotnie⁶³¹.

12 listopada 2018 roku omawianie tematu rozpoczęto w studiu od emisji wypowiedzi Stevea Kaufmanna, przewodniczącego straży pożarnej w Kalifornii, który potwierdził, że na chwilę obecną pożar obejmuje 425 km², z czego 20% jest poza kontrolą służb strażackich. Kaufmann dodał także, że liczba osób pracujących przy ugaszaniu pożarów w Kalifornii wynosi 4050, a dotychczasowe koszty wahają się w granicach 8-9 milionów dolarów. Ilość ewakuowanych osób wynosi 52000. Wypowiedź przewodniczącego straży pożarnej została przetłumaczona wyłącznie z użyciem szwedzkich napisów. Tłumaczenie za pomocą lektora nie było i nie jest używane w Szwecji. W przekazie, oprócz napisów, pojawiła się także tłumaczka dla osób niesłyszących. Była to jednak osoba, która znajdowała się w pomieszczeniu, z którego Steve Kaufmann wygłaszał wypowiedź, którą przekładała ona na angielski język migowy, nie zaś komputerowo nałożona na ekran postać tłumaczki przekładającej treści na jego szwedzką wersję⁶³². Ze względu na to, że język migowy jest inny dla każdego języka, nie było to pomocne dla szwedzkich niesłyszących odbiorców. Pokazało to jednak, że amerykańskim mediom zależy na przekazaniu informacji w jak najbardziej czytelny sposób każdemu z odbiorców, co jest niezwykle ważne w stanie zagrożenia, kiedy komunikaty emitowane przez telewizję mogą uratować czyjeś życie (il. 48). Wartością, o której mowa w tym miejscu pośrednio, jest zatem bezpieczeństwo. Podczas przemowy przewodniczącego straży pożarnej na ekranie pojawiały się też fragmenty klipów ukazujących dotychczasowe zniszczenia oraz mapa, która spełniała rolę komentarza w formie najważniejszych wybranych informacji dla widzów (il. 49).

⁶³¹ Zob. *Bränderna i Kalifornien – Anna Anka evakuerad: “Inom en sekund kan man förlora...”* - *Nyhetsmorgon (TV4)*, https://www.youtube.com/watch?v=Ke_9X_ZiwIU [dostęp: 15.04.2020]; *Bränderna i Kalifornien: “Vi har sett helt ödelagda byar”* - *Nyhetsmorgon (TV4)*, <https://www.youtube.com/watch?v=HUnmhbc56Ow> [dostęp: 15.04.2020].

⁶³² *Bränderna i Kalifornien – “31 personer döda”* - *Nyhetsmorgon (TV4)*, <https://www.youtube.com/watch?v=x2UijnUT9JI> [dostęp 15.04.2020].

Ilustracja nr 48
Przewodniczący straży pożarnej w Kalifornii w wypowiedzi
tłumaczonej na żywo na język migowy



Źródło: *Bränderna i Kalifornien – “31 personer döda”* - *Nyhetsmorgon (TV4)*,
<https://www.youtube.com/watch?v=x2UijnUT9JI> [dostęp 15.04.2020].

Ilustracja nr 49
Wyświetlana na ekranie *Nyhetsmorgon* mapa informująca o warunkach pogodowych i ukazująca bieżący
stan zniszczeń oraz ilość objętych pożarami terenów



Źródło: *Bränderna i Kalifornien – “31 personer döda”* - *Nyhetsmorgon (TV4)*,
<https://www.youtube.com/watch?v=x2UijnUT9JI> [dostęp 15.04.2020].

Po zaprezentowaniu materiału prowadzący przeprowadzili w studiu dyskusję z reporterką Lisą Grenfors, która komentując materiały wyświetlane na ekranie dodała, że Kalifornię opanowały dwa pożary – jeden w południowej, a drugi w północnej części

stanu (il. 50). Jak przyznała, oba pożary są bardzo dużych rozmiarów, pomimo że obie wspomniane części stanu znajdują się daleko od siebie – Kalifornia jest mniej więcej wielkości Szwecji. Oprócz domów i instytucji, które spłonęły razem z dobytkiem wielu mieszkańców Kalifornii, odnotowano także kilkadziesiąt przypadków śmiertelnych spowodowanych pożarem⁶³³.

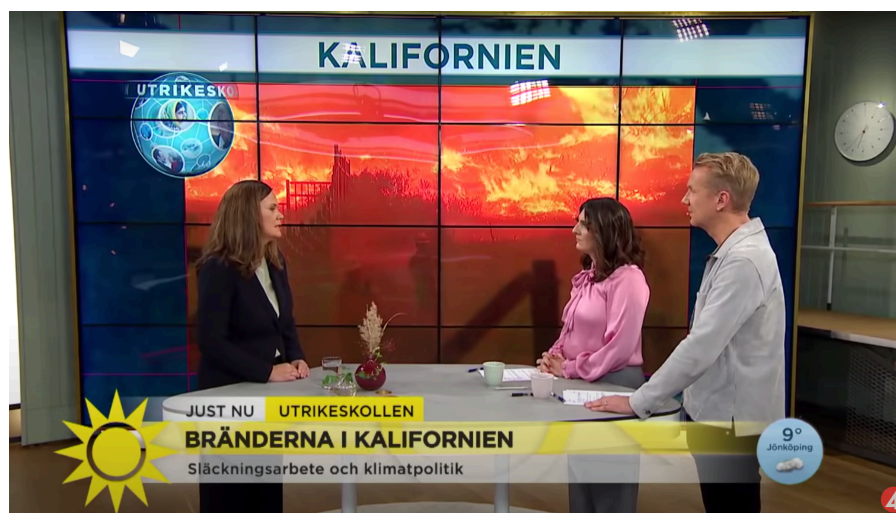
Ilustracja nr 50

Prowadzący *Nyhetsmorgon* w rozmowie z Lisą Grenfors.

Multimodalny przekaz (połączenie obrazu z komentarzem rozmówców oraz napisami na ekranie) wzmacnia oddziaływanie perswazyjne na odbiorcę

Hasła na pasku informacyjnym: *Pożary w Kalifornii*

Prace gaśnicze oraz polityka klimatyczna. (tłum. WM)



Źródło: *Bränderna i Kalifornien – “31 personer döda”* - *Nyhetsmorgon* (TV4), <https://www.youtube.com/watch?v=x2UijnUT9JI> [dostęp: 15.04.2020].

W *Nyhetsmorgon*, podobnie jak w *Today* oraz *Morgonstudion*, najpierw skupiono się na przedstawieniu najnowszych danych dotyczących pożarów oraz informacji związanych z ewakuacją, jednak po ich prezentacji, w odcinku komercyjnej szwedzkiej stacji odniesiono się także do słów prezydenta Donalda Trumpa, który skomentował bieżącą sytuację w Kalifornii na Twitterze. Jak zaznaczyli prowadzący, w pierwszej kolejności nie podziękował on strażakom za ich pracę, lecz skrytykował zarząd straży wykonującej obowiązki na północy i południu stanu za niewspółmierne do otrzymywanych środków państwowych efekty akcji gaśniczej (il. 51). Zagroził także, że jeśli sytuacja się nie poprawi, obetnie on kierowane w ich stronę środki federalne.

⁶³³ Ibidem.

Prezenterzy podkreślili, że po opublikowaniu omawianego postu, prezydent USA spotkał się z natychmiastową krytyką. Komentowany przez dziennikarzy post Donalda Trumpa pojawił się na ekranie, aby widzowie mogli zapoznać się z nim także samodzielnie⁶³⁴.

Lisa Grenfors podkreśliła również, że sytuacja ta jest przyczynkiem do kolejnych dyskusji na temat rad w sprawie pogłębiających się problemów związanych z ociepleniem klimatu, nie tylko w Kalifornii, ale globalnie⁶³⁵.

Ilustracja nr 51
Post Donalda Trumpa skierowany do zarządu Służby Leśnej w Kalifornii



Źródło: *Bränderna i Kalifornien – “31 personer döda” - Nyhetsmorgon (TV4)*, <https://www.youtube.com/watch?v=x2UijnUT9JI> [dostęp: 15.04.2020].

Problemem społecznym poruszonym w odcinku jest zmniejszenie środków państwowych na służby publiczne (w tym kontekście – krytyka rządów Donalda Trumpa), co rzutuje na trudności z opanowaniem największych w historii USA pożarów w stanie Kalifornia⁶³⁶. W programie głos zabrali zarówno prezenterzy, jak i goszcząca w studiu ekspertka. W odcinku wyemitowano także materiał prezentujący wypowiedź przewodniczącego kalifornijskiej straży pożarnej, z której widzowie mogli dowiedzieć się o najnowszych statystykach dotyczących katastrofy. Wartością, jaka została zaznaczona w tym miejscu pośrednio, jest bezpieczeństwo. Z kolei kluczowe dla omawianej w drugiej części programu polityki klimatycznej słowa Donalda Trumpa

⁶³⁴ Ibidem.

⁶³⁵ Ibidem.

⁶³⁶ M. Bloch, D. Lu, A. Ngu, T. Wallace, *Three of California’s Biggest Fires Ever Are Burning Right Now*, <https://www.nytimes.com/interactive/2018/08/10/us/california-fires.html> [dostęp: 15.04.2020].

zostały wyświetlone na ekranie dla widzów, tak, aby każdy mógł zapoznać się także samodzielnie z jego omawianą w studiu perspektywą. Relację pomiędzy słowem a obrazem należy w tym wypadku uznać zatem za nierozzerwalną. Multimodalny przekaz łączył w programie zarówno obraz w formie filmów i zdjęć, komunikaty werbalne, jak i te w formie napisów pojawiających się dla widzów na ekranie. Informacje przekazano w sposób obiektywny i nieemocjonalny. W programie użyto języka formalnego, a sam temat ujęto uniwersalnie, podkreślając, że katastrofa ta nie dotyczy jedynie Kalifornii, ale także innych miejsc na świecie, ponieważ związana jest z globalnym ociepleniem klimatu.

Wartości prezentowane w ramach odcinków:

Wartością, jaka pośrednio lub bezpośrednio pojawia się w każdym z trzech analizowanych programów, jest bezpieczeństwo. W *Today* o wartości tej wspomniano pośrednio w segmencie prezentującym prognozę pogody. W trakcie standardowych odcinków jest to nieodłączny, jednak niewyróżniający się fragment programu. Tym razem jednak, gdy znacząca część odcinka dotyczyła stanu wyjątkowego wprowadzonego w Kalifornii właśnie przez pogodę, prognoza była jednym z kluczowych i najbardziej wyczekiwanych przez widzów fragmentów. Scenarzyści *Today* musieli zdawać sobie z tego sprawę, ponieważ część dotycząca prognozy pogody została wyróżniona pod kilkoma względami. Po pierwsze, użyto nietypowej, powiększonej scenerii, pokazując mapy nie na jednym a na trzech osobnych ekranach. Po drugie, prognozę zaprezentował główny, od lat znany publiczności amerykańskiej preterer tego segmentu, współpracujący z NBC ponad 40 lat. Al Roker zatrudniany jest do prezentacji najważniejszych wydarzeń związanych z sytuacją pogodową w Stanach Zjednoczonych i na świecie od lat 70. W odcinku *Today* zadaniem prezentera była nie tylko prezentacja bieżącej sytuacji pogodowej, ale także ostrzeżenie obywateli w celu zachowania ich bezpieczeństwa. Pomimo że nazwa wartości nie padła w programie, Al Roker nawiązał bezpośrednio do jej przeciwieństwa, czyli antywartości, jaką jest niebezpieczeństwo. Dzięki temu kontrastowi, przekaz stał się jeszcze bardziej czytelny dla widza.

Morgonstudion to jedyny z omawianych programów, w którym wartość, jaką jest bezpieczeństwo, nazwano i omówiono bezpośrednio, dzięki czemu miał on szansę trafić

do widzów w sposób najbardziej jednoznaczny. Zapowiadając emitowaną w trakcie programu wypowiedzi burmistrza Los Angeles, prezyttery podkreślili, że liczni mieszkańcy Kalifornii zostali poproszeni o opuszczenie swoich domów dla zachowania bezpieczeństwa własnego oraz swoich bliskich⁶³⁷. Prowadzący dodali, że miejsca zamieszkania opuściło w stanie już 200 000 osób, a akcje ewakuacyjne wciąż trwają, co wzmocniło przekaz i nadało powagi omawianej sytuacji.

W *Nyhetsmorgon*, podobnie jak w *Today*, do wartości jaką jest bezpieczeństwo nawiązano w sposób pośredni. Podczas przekazywania informacji dotyczących najnowszych danych związanych ze stratami pożarowymi, wyemitowano wypowiedź przewodniczącego kalifornijskiej straży pożarnej, który poinformował o najnowszych statystykach dotyczących zarówno strat, jak i w wielu wypadkach niezbędnej dla przetrwania ewakuacji.

Komentarz:

Problemem społecznym poruszonym w programach jest zarówno sam pożar, który zawsze łączy się z kwestią społeczną, jak i zmniejszenie środków państwowych na służby publiczne (w tym kontekście – krytyka rządów Donalda Trumpa), co rzutuje na trudności z opanowaniem rozprzestrzeniającego się ognia przez strażaków. Tylko bowiem współpraca członków danej wspólnoty może skutkować odpowiednią ochroną przed tego typu zagrożeniem.

Temat związany z kalifornijskimi pożarami zaprezentowano nieco inaczej w każdym z trzech programów telewizji porannej. W programie amerykańskim, ze względu na to, że omawiana sytuacja i zagrożenie to sprawa lokalna, ponieważ dotyczy bezpośrednio mieszkańców Kalifornii, relacja nie została omówiona jedynie w formie informacyjnej, ale też ostrzegawczej. Prezyttery, korespondenci i eksperci zdawali sobie sprawę z tego, że ich przekaz oraz to w jaki sposób przedstawią poszczególne części i informacje może przyczynić się do uchronienia przed niebezpieczeństwem Kalifornijczyków, ale też osób mogących podróżować przez ten stan. Informacje

⁶³⁷ Oryginał: “(...) I norra delen av delstaten har runt 200 000 människor uppmanats att lämna sina hem för att sätta sig i säkerhet”, *Tis 29 oct 2019*, <https://www.svtplay.se/video/20312810/morgonstudion/29-okt-0600> [dostęp: 30.10.2019].

przekazano w sposób emocjonalny, posługiwano się niejednokrotnie językiem potocznym oraz użyto zwrotów adresatywnych – zwłaszcza przy relacjonowaniu bieżącej sytuacji i omawianiu panujących nastrojów w rozmowach ze strażakami. Wszystko to było sposobem przekazania widzom faktu, iż omawiany problem może dotyczyć każdego z nich i biorąc pod uwagę tragiczne wydarzenia, które doszły do skutku do tej pory, należy stosować się do regulacji ustalonych przez odpowiednie służby. Związana z tematem perspektywa polityczna, choć ważna, nie została omówiona w programie. Ważniejsze od dywagacji politycznych stało się bowiem mające miejsce w czasie rzeczywistym zagrożenie życia i zdrowia odbiorców i/lub ich bliskich.

W programach szwedzkich nastawiono się na opisanie zaistniałej sytuacji i przybliżenie widzom tematu z kilku różnych perspektyw. W *Morgonstudion* informacje przekazywane były w sposób obiektywny i nieemocjonalny a język, którego używano można określić jako formalny, podczas gdy w *Nyhetsmorgon* wypowiedzi były bardziej emocjonalne, a przez to także subiektywne oraz niekiedy wykorzystywano język potoczny. W *Morgonstudion* położono nacisk na przekazanie informacji w bardziej konkretny i bezpośredni sposób niż w *Nyhetsmorgon*, co w rezultacie dało bardziej czytelny obraz omawianej sytuacji.

W *Morgonstudion* skupiono się na przekazie widzom informacji w formie najnowszych statystyk dotyczących zasięgu pożarów oraz ilości ofiar, jednak równie ważne stały się treści przekazywane widzom niemal bezpośrednio z ust służb amerykańskich. W odcinku wyemitowano fragment wypowiedzi burmistrza Los Angeles, który nawoływał mieszkańców zagrożonych pożarem terenów do masowego opuszczania domów w celu ratowania życia i zdrowia swoich rodzin. Ten bezpośredni komunikat – za pomocą telewizji w internecie i/lub informacji od członków przebywających w Szwecji rodzin – mógł bowiem trafić także do mieszkających lub przebywających w Stanach Zjednoczonych Szwedów. Największa liczba szwedzkich emigrantów mieszka właśnie w USA. W szwedzkim programie telewizji publicznej temat zaprezentowano w sposób uniwersalny, ponieważ scenarzyści i prezenterzy zdawali sobie sprawę z tego, że omawiana sytuacja może dotyczyć bezpośrednio także ich widzów.

W *Nyhetsmorgon*, podobnie jak w *Today* oraz *Morgonstudion*, w pierwszej kolejności nawiązano do najnowszych danych dotyczących strat, które spowodował rozprzestrzeniający się w Kalifornii ogień, jednak tym razem skupiono się także na

politycznej stronie katastrofy klimatycznej. W programie omówiono krytykowaną w sieci wypowiedź Donalda Trumpa, który obarczył winą za straty zarząd Służby Leśnej USA i zagroził obcięciem jej budżetu w wypadku braku natychmiastowej poprawy związanej z klęską naturalną sytuacji. W programie temat ujęto uniwersalnie, przypominając, że pożary w Kalifornii nie są jedynie sprawą amerykańską, a łączą się z globalnym ociepleniem klimatu.

Temat nr 10: Parady Równości

Daty emisji odcinków:

Today: 29.06.2019

Morgonstudion: 29.07.2019

Nyhetsmorgon: 31.07.2019

Streszczenie głównych wątków:

Parady równości to odbywające się corocznie w różnych krajach wydarzenia plenerowe, mające na celu nie tylko protest przeciwko dyskryminacji, ale głównie świętowanie obecności osób LGBTQ w społeczeństwie⁶³⁸. Imprezy te odbywają się najczęściej latem w stolicach lub większych miastach, jednak niewykluczone jest zorganizowanie parady lub marszu równości w mniejszych miastach lub wsiach. Jednakże, ze względu na swój dla wielu wciąż kontrowersyjny charakter, parady te odbywają się najczęściej w dużych, wielokulturowych miastach, bardziej otwartych na inność i różnorodność.

Pierwsze protesty i marsze równości odbyły się w Stanach Zjednoczonych i zostały zapoczątkowane przez zamieszki w Stonewall Inn, barze gejowskim znajdującym się w dzielnicy Greenwich Village na Manhattanie w Nowym Jorku. Policyjne naloty na bary tego typu były wówczas normą, aż do czasu, kiedy 28 czerwca 1969 roku osoby przebywające w barze zaprotestowały przeciw dyskryminacji, wywołując bójkę. Wydarzenie to uznaje się za początek ruchu wolnościowego dotyczącego walki z dyskryminacją osób LGBTQ.

W czerwcu 2019 roku minęło 50 lat od wspomnianych zamieszek łączonych z powstaniem ruchu, a tym samym także odbywających się od tamtej pory parad i marszów równości. Nowy Jork oraz Sztokholm to miasta, które corocznie organizują jedne z największych parad równości na świecie. Warto zaznaczyć, że oryginalna, a więc angielska, nazwa parady to „Pride Parade”, która nawiązuje nie do równości, ale dumy, co w tej samej formie adaptuje też język szwedzki. Polską oficjalną wersją wydarzenia jest natomiast „Parada Równości”.

⁶³⁸ LGBTQ – skrót angielskich słów: Lesbian, Gay, Bisexual, Transgender, Queer.

Prezentacja tematu przez *Today*:

W *The Today Show* 29 czerwca 2019 roku przedstawiono temat dotyczący Parady Równości organizowanej podczas odbywających się dzień wcześniej obchodów 50. rocznicy zamieszek przy Stonewall Inn. Wydarzenia te określa się jako początek ruchu wolnościowego osób LGBTQ, dlatego zarówno część trasy parady jak i towarzyszący jej koncert zorganizowano w centrum dzielnicy Greenwich Village, gdzie znajduje się historyczny i wciąż działający bar⁶³⁹. W programie pokazano fragmenty parady oraz poinformowano widzów o łączonej z nią rocznicy zarówno w formie komentarza prowadzących, jak i paska informacyjnego wyświetlanego u dołu ekranu (il. 52).

Ilustracja nr 52
Uczestnicy parady przy barze Stonewall Inn
Hasła na pasku informacyjnym: *Stonewall 50 lat później*
Tysiące ludzi zbierają się, aby uczcić zamieszki, które doprowadziły do ruchu (tłum. WM)



Źródło: *Stonewall Inn Celebrations Mark 50 Years Since Start Of LGBTQ Movement* | TODAY, <https://www.youtube.com/watch?v=33ale3PbVYI> [dostęp: 20.04.2020].

W programie pokazano także fragment materiału z odbywającego się dzień wcześniej koncertu Lady Gagi, która wygłosiła na scenie krótkie przemówienie

⁶³⁹ *Stonewall Inn Celebrations Mark 50 Years Since Start Of LGBTQ Movement* | TODAY, <https://www.youtube.com/watch?v=33ale3PbVYI> [dostęp: 20.04.2020].

skierowane do uczestników parady. Piosenkarka powiedziała: „Mam nadzieję, że będziecie dziś świętować w pełni to, kim jesteście. Tacy się urodziliście i jesteście supergwiazdami” (tłum. WM)⁶⁴⁰. Słowa zostały wypowiedziane w sposób emocjonalny oraz nawiązywały do tytułu jednego z albumów piosenkarki zatytułowanego *Born this way*. Wartość, która została przekazana widzom w tym miejscu pośrednio, to równość. Pokazano też urywki wypowiedzi innych gości, takich jak Donatella Versace czy Whoopi Goldberg, które odniosły się do tematu ze swoich perspektyw.

W kolejnej części programu zaprezentowano fragment wywiadu przeprowadzonego podczas nowojorskiego wydarzenia przez jednego z dziennikarzy *Today* z Chelsea Clinton, córką Billa i Hillary Clinton, która jest wiceprzewodniczącą Fundacji Clintonów. Działaczka społeczna podkreśliła, że chciałyby, aby odwaga osób biorących udział w protestach przy Stonewall Inn nie została zapomniana⁶⁴¹. Wartość, jaką jest odwaga, została w tym miejscu podkreślona bezpośrednio. Według Clinton pamięć o osobach, które w tamtych czasach sprzeciwiły się i stanęły w obronie słabszych powinna być utrzymywana⁶⁴².

Wartość, jaką jest bezpieczeństwo, została omówiona w odcinku pośrednio poprzez m.in. nawiązania do mających miejsce w latach 60. napadów policyjnych na bary gejowskie. Jak przyznał jeden z wypowiadających się w programie uczestników parady pamiętających omawiane wydarzenia, była to rzeczywistość panująca na co dzień w latach 60., którą akceptowano, aż do momentu, kiedy ludzie zbuntowali się i zaczęli walczyć, stając w obronie swojej oraz innych⁶⁴³. Wydarzenie to zmieniło biernych ludzi w aktywnych, walczących z dyskryminacją działaczy.

Obecnie bar Stonewall Inn jest swego rodzaju symbolem, który utożsamiany jest z postępowaniem widocznym w omawianej kwestii przez ostatnie pół wieku. W odcinku podkreślono jednak, że wśród społeczności LGBTQ wciąż jest wiele obaw związanych z mową nienawiści mającą niekiedy tragiczne konsekwencje. Festiwalowy weekend jest

⁶⁴⁰ Oryginał: “I really, really hope you celebrate every inch of who you are, today. You were born this way and you’re superstars”, *Stonewall Inn Celebrations Mark 50 Years Since Start Of LGBTQ Movement | TODAY*, <https://www.youtube.com/watch?v=33ale3PbVYI> [dostęp: 20.04.2020].

⁶⁴¹ Oryginał: “I want people to remember the courage that it took 50 years ago for those who stopped and finally said: *enough*”, *Stonewall Inn Celebrations Mark 50 Years Since Start Of LGBTQ Movement | TODAY*, <https://www.youtube.com/watch?v=33ale3PbVYI> [dostęp: 20.04.2020].

⁶⁴² *Stonewall Inn Celebrations Mark 50 Years Since Start Of LGBTQ Movement | TODAY*, <https://www.youtube.com/watch?v=33ale3PbVYI> [dostęp: 20.04.2020].

⁶⁴³ Ibidem.

zatem okazją do czerpania inspiracji i zebrania sił do dalszego przeciwdziałania dyskryminacji, dlatego jednocześnie łączy historię i przyszłość⁶⁴⁴. Mimo że nazwa antywartości jaką jest dyskryminacja nie padła w programie bezpośrednio, została ona omówiona poprzez nawiązania do łączonych z prześladowaniami osób LGBTQ i wciąż mających miejsce samobójstw czy morderstw. Wszystko to łączy się także z inną przekazywaną w programie wartością – tolerancją. Wartości ta nie została nazwana bezpośrednio, jednak widzowie bez trudu mogli odczytać przekaz nawołujący do równego traktowania osób deklarujących wszelkie odmienności związane z orientacją seksualną.

Problemem społecznym poruszonym w *Today* jest dyskryminacja osób z grupy społecznej LGBTQ, wciąż występująca nie tylko w małych miastach, ale niejednokrotnie także w wielokulturowych metropoliach. Oprócz prowadzących, w odcinku wypowiedziały się pośrednio także znane osobistości takie jak Lady Gaga, czy Chelsea Clinton, których wypowiedzi w formie krótkich filmów wyemitowano dla widzów w czasie programu. Oprócz tego, wypowiedziały się też przypadkowe osoby spotkane na ulicach, którymi przechodziła nowojorska parada. Dzięki ukazaniu w programie tak dużej ilości różnych perspektyw, temat został ujęty w sposób bardziej uniwersalny. Informacje w większości były przekazywane przy użyciu języka neutralnego, niekiedy także potocznego. Sposób wypowiedzi można uznać w niektórych fragmentach za emocjonalny i subiektywny. Oprócz wartości, jaką jest odwaga, która została w programie nazwana bezpośrednio, o innych wartościach, takich jak bezpieczeństwo, tolerancja i równość, a także o antywartości, jaką jest dyskryminacja, mówiono w sposób pośredni. Za każdym razem przedstawiano je jednak na tyle czytelnie, że widzowie bez trudu mogli odczytać prezentowany w odcinku przekaz.

Obraz i słowo tworzą w programie relację nierozzerwalną. Multimodalny przekaz łączący materiały wideo z fragmentami wypowiedzi uczestników parady oraz komentarzem prowadzących i napisami pojawiającymi się na ekranie sprawił, że zwiększone zostało oddziaływanie percepcyjne na odbiorcę.

⁶⁴⁴ Ibidem.

Prezentacja tematu przez *Morgonstudion*:

29 lipca 2019 roku w *Morgonstudion* podjęto temat dotyczący Parady Równości odbywającej się w tym czasie w Sztokholmie. Oprócz presenterów w odcinku wypowiedzieli się także goście, z którymi przeprowadzono wywiad. Będący pierwszą częścią omawianego segmentu. W studiu gościli Vix Victoria Herjeryd, przewodnicząca sztokholmskiej Parady Równości oraz Rickard Söderberg, szwedzki piosenkarz, znany z udziału w licznych debatach na tematy równościowe. W programie podkreślono, że sztokholmska parada jest największą odbywającą się w Szwecji i w 2019 roku jest to jej 22. edycja. Temat tegorocznego festiwalu to „Jesteśmy potrzebni” (szw. „Vi behövs”) i składają się na niego m.in. marsze, seminaria oraz warsztaty odbywające się w wyznaczonych miejscach na terenie całego miasta.

Goście, zapytani o obecną funkcję Parady Równości, odpowiedzieli, że minęło około 50 lat od pierwszych parad, które zapoczątkowały zamieszki odbywające się wówczas w Stonewall Inn w Nowym Jorku i od tego czasu zaszło wiele zmian zarówno w postawach społecznych jak i w prawie, jednak w tej kwestii jest nadal wiele do zrobienia. Vix Victoria Herjeryd podkreśliła także, że w przeciągu ostatnich lat można było zaobserwować odmienne postawy różnych państw na świecie i pomimo tego, że niektóre z nich wciąż otwarcie nie akceptują ruchu wolnościowego osób LGBTQ, inne zrobiły to nawet wcześniej niż Szwecja, która uchodzi za jednego z pionierów tego ruchu na świecie⁶⁴⁵. Tolerancja i równość to zatem wartości, które zostały przekazana widzom w tym miejscu pośrednio. Pomimo że same ich nazwy nie padły w programie, zostały one omówione m.in. poprzez wspomnianie o propagowanym od wielu lat przez Szwecję równym traktowaniu osób o odmiennych orientacjach seksualnych. Zostały one także uwypuklone poprzez nazwanie i omówienie antywartości, jaką jest dyskryminacja. W *Morgonstudion* zaznaczono, że odbywająca się w Sztokholmie parada ma na celu nie tylko zabawę i naukę, ale także walkę z dyskryminacją osób LGBTQ zarówno w kraju, jak i na świecie⁶⁴⁶.

⁶⁴⁵ *Mån 29 jul 6:00*, <https://www.svtplay.se/video/20313078/morgonstudion/morgonstudion-29-jul-06-00> [30.07.2019].

⁶⁴⁶ “I år (...) blir det parad, seminarier, workshops (...). Bakom finns ju också kampen mot diskriminering (...)”, *Mån 29 jul 6:00*, <https://www.svtplay.se/video/20313078/morgonstudion/morgonstudion-29-jul-06-00> [30.07.2019].

Jedna z prezenterek wspomniała też o festiwalu Rainbow Weekend, odbywającym się w Sztokholmie w tym samym czasie, który można uznać za konkurencję wobec Parady Równości. Zwróciła się do gości z pytaniem co sądzą oni o wspomnianym wydarzeniu. Pomimo próby zachowania obiektywności, w programie można było usłyszeć ich subiektywne opinie. Przyznali oni, że nie odbierają tego wydarzenia jako konkurencję, a towarzyszące im z tego powodu emocje są jedynie pozytywne, ponieważ cieszą się, że w Szwecji organizowane są inne wydarzenia dotyczące ruchu wolnościowego LGBTQ. Goście dodali także, że pokrywające się terminy obu wydarzeń mogą przyczynić się do tego, że uczestnicy każdego z nich wezmą udział także w drugiej imprezie w czasie przemieszczania się pomiędzy ulicami i dzielnicami w ciągu dni festiwalowych. Informacje przekazywane były niekiedy w sposób emocjonalny, zarówno ze strony gości, jak i prezenterek *Morgonstudion*, co można było zauważyć m.in. analizując ich mimikę, wskazującą na aprobatę wydarzenia (il. 53).

Ilustracja nr 53

Prowadzące *Morgonstudion* w rozmowie z Vix Victorią Herjeryd oraz Rickardem Söderbergiem
Hasła na pasku informacyjnym: *Temat tegorocznego festiwalu to „Jesteśmy potrzebni”*
Dziś rozpoczyna się sztokholmska Parada Równości (tłum. WM)



Źródło: *Mån 29 jul 6:00*, <https://www.svtplay.se/video/20313078/morgonstudion/morgonstudion-29-jul-06-00> [30.07.2019].

Gości zapytano także o to co różni sztokholmską Paradę Równości od tych odbywających się w innych miastach na świecie. Organizatorka zaznaczyła, że poza tym, że jest to największa parada w północnej części Europy i posiadają oni zorganizowaną grupę ponad 600. wolontariuszy, w bieżącym roku skupiono się również na stworzeniu

jak największej liczny seminariów oraz warsztatów, które dotyczą nie tylko aspektów społecznych, ale i politycznych⁶⁴⁷.

Prowadzące zapytały gości również o kwestie bezpieczeństwa podczas Parady Równości⁶⁴⁸. Wartość, jaką jest bezpieczeństwo, została w tym miejscu nazwana bezpośrednio. Poprzez nawiązania do niebezpiecznych sytuacji mających miejsce w innych krajach podczas marszów i parad tego typu, poproszono gości o przybliżenie widzom podejmowanych w Sztokholmie kroków względem bezpieczeństwa uczestników wydarzenia. Vix Victoria Herjeryd podkreśliła, że Parada Równości w Sztokholmie jest jedną z najbezpieczniejszych na świecie, podobnie jak samo miasto, co widać w corocznych rankingach i ankietach prowadzonych na ten temat w różnych krajach. Zaznaczono także, że jest to 22. edycja, co wiąże się z rutynową już organizacją, co roku uzupełnianą o kolejne elementy mogące pomóc w zachowaniu bezpieczeństwa w różnych sektorach. Dodano, że organizatorzy Parady Równości mają bardzo dobry dialog ze sztokholmską strażą miejską oraz policją, słuchają ich rekomendacji i w razie ewentualnej potrzeby zawsze mogą liczyć na ich pomoc.

Problemem społecznym omawianym w odcinku *Morgonstudion* jest wciąż widoczna dyskryminacja osób LGBTQ na świecie. W programie głos zabrały zarówno prowadzące, jak i goście w roli ekspertów, którzy podczas swoich wypowiedzi wykorzystywali język formalny. Goszczący w studiu współorganizatorzy wydarzenia starali się przekazywać wszystkie informacje w sposób obiektywny oraz nieemocjonalny, jednak niekiedy (głównie poprzez ton głosu, mimikę i gesty) widać było ich zadowolenie oraz ekscytację z rozpoczynającego się tego dnia festiwalu. Temat ujęto w sposób uniwersalny, zaznaczając, że parady równości organizowane są w różnych miejscach na świecie i stają się coraz bardziej popularne.

Nazwy wartości takich jak równość czy tolerancja nie pojawiły się w programie bezpośrednio, jednak odczytanie ich z kontekstu prowadzonych w studiu rozmów nie było trudne dla odbiorców. Poprzez działanie na kontraście, proces ten dodatkowo ułatwiło nazwanie w programie antywartości, jaką jest dyskryminacja. Wartość, jaką jest bezpieczeństwo, została natomiast omówiona w programie bezpośrednio, podczas

⁶⁴⁷ *Mån 29 jul 6:00*, <https://www.svtplay.se/video/20313078/morgonstudion/morgonstudion-29-jul-06-00> [30.07.2019].

⁶⁴⁸ “Och vad ju tänker ni själva om pride säkerhet runt gäster och runt paraden?”, *Mån 29 jul 6:00*, <https://www.svtplay.se/video/20313078/morgonstudion/morgonstudion-29-jul-06-00> [30.07.2019].

podkreślenia wagi elementu jakim jest coroczna, organizowana przez służby publiczne ochrona zarówno uczestników parady, jak i jej organizatorów.

Środki obrazowe zastosowane w programie to krótkie filmy z archiwum SVT, na których można było zobaczyć fragmenty sztokholmskich parad równości z ubiegłych lat, standardowy pasek u dołu ekranu z informacją o omawianym temacie oraz ekran w studiu, na którym wyświetlane były flagi w charakterystycznych kolorowych barwach będących symbolem LGBTQ, z którymi korelował symbol na koszulce jednego z gości (il. 54).

Ilustracja nr 54

Prowadząca *Morgonstudion* w rozmowie z współorganizatorami sztokholmskiej Parady Równości i widoczne w programie wizualne symbole równościowe



Źródło: *Mån 29 jul 6:00*, <https://www.svtplay.se/video/20313078/morgonstudion/morgonstudion-29-jul-06-00> [30.07.2019].

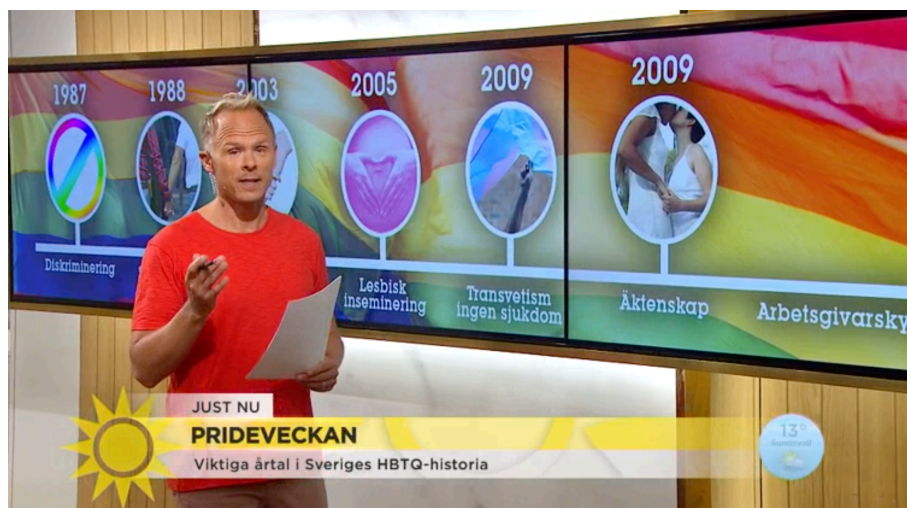
Prezentacja tematu przez *Nyhetsmorgon*:

31 lipca 2019 roku w *Nyhetsmorgon* podjęto temat związany z Paradą Równości odbywającą się w tym czasie Sztokholmie. Temat rozpoczęto od omówienia postępu w zakresie poszerzania praw osób LGBTQ w Szwecji, przybliżonego widzom przez jednego z prezenterów z pomocą wyświetlanej na ekranie osi czasu (il. 55). Prezenter skrótkowo omówił najważniejsze wydarzenia dotyczące tego tematu w kraju od lat 80. XX wieku do czasów obecnych. Wśród omówionych punktów historycznych znalazły się

takie zmiany prawne jak m.in. wprowadzone w 1988 roku prawo do wspólnego zamieszkania (szw. *sambolagen*), możliwość adopcji dzieci przez pary homoseksualne od 2003 roku, możliwość wstąpienia w związek małżeński z osobą tej samej płci od 2009 roku, czy też wprowadzony w 2017 roku i skierowany do każdego z pracodawców obowiązek dotyczący walki z dyskryminacją w miejscu pracy⁶⁴⁹. Chociaż wartość, jaką jest tolerancja, nie została wspomniana w programie bezpośrednio, pośrednio można ją odczytać właśnie w chwili podkreślenia przez prezentera wspomnianej antywartości, jaką jest dyskryminacja oraz omówienia przez niego wieloletniej walki z nią w Szwecji.

Ilustracja nr 55

Prezenter *Nyhetsmorgon* podczas omawiania postępów w rozwoju praw osób LGBTQ w Szwecji.
Multimodalny przekaz (obraz, napisy na ekranie oraz słowa prowadzącego) zwiększa oddziaływanie perswazyjne na odbiorcę
Hasła na pasku informacyjnym: *Tydzień Równości*
Ważne daty w szwedzkiej historii HBTQ (tłum. WM)



Źródło: *När maktens män sprider hat får HBTQ-personer betala priset*, <https://www.tv4play.se/program/nyhetsmorgon/n%C3%A4r-maktens-m%C3%A4n-sprider-hat-f%C3%A5r-hbtq-personer-betala-priset/12411766> [dostęp: 20.04.2020].

Do studia zaproszeni zostali Hans Linde, przewodniczący Szwedzkiego Stowarzyszenia Edukacji Seksualnej oraz Vix Victoria Herjeryd, przewodnicząca sztokholmskiej Parady Równości. Prezenterzy zapytali gości, które ze wspomnianych

⁶⁴⁹ “(...) 2017, för 2 år sedan, så ändrades också diskrimineringslagens bestämmelser, som det heter. Det innebär att alla arbetsgivare ska arbeta för att motverka diskriminering och främja lika rättigheter och möjligheter oavsett könsidentitet eller då sexuell läggning.”, *När maktens män sprider hat får HBTQ-personer betala priset*, <https://www.tv4play.se/program/nyhetsmorgon/n%C3%A4r-maktens-m%C3%A4n-sprider-hat-f%C3%A5r-hbtq-personer-betala-priset/12411766> [dostęp: 20.04.2020].

wydarzeń wydaje się dla nich najważniejsze. Hans Linde, nawiązując pośrednio do wartości jaką jest równość, odpowiedział, że dla niego z powodów osobistych najważniejsza jest możliwość zawarcia związku małżeńskiego z osobą tej samej płci. Vix Victoria Herjeryd odpowiedziała, że wszystkie wspomniane wydarzenia są istotne, jednak ważne jest także, aby spojrzeć na to, ile lat musiało upłynąć, aby wcielić w życie te prawa oraz jak wiele jeszcze jest do zrobienia w tej kwestii⁶⁵⁰.

Prezenterzy przyznali, że gdy porównuje się postęp w omawianej kwestii w Szwecji i innych krajach, Szwecja wypada na ich tle jako państwo bardzo otwarte i szybko podejmujące kolejne kroki związane z walką o prawa osób LGBTQ. Goście, zapytani o ich zdanie na ten temat, odpowiedzieli, że na świecie widoczne są dwa typy postaw, z jednej strony można mówić o państwach, które coraz bardziej angażują się w walkę przeciw homofobii i działania na rzecz poszerzenia praw osób LGBTQ i tu oprócz Szwecji można wymienić takie kraje jak np. Malta czy Argentyna, a z drugiej strony są także państwa, takie jak Rosja, Polska, Turcja czy USA, które biorąc pod uwagę bieżącą politykę, idą w przeciwnym kierunku⁶⁵¹. Jak podkreślił Hans Linde, kierunek ten zależy w dużej mierze od władzy w danym państwie, która wpływa na decyzje oraz reakcje obywateli. Jak dodała Vix Victoria Herjeryd, według niej to, że takie sytuacje w obecnych czasach wciąż mają miejsce jest „niesamowicie smutne” (szw. *otroligt sorgligt*) i że cieszy się z tego, iż jeśli chodzi o włączanie osób LGBTQ do społeczności Szwecja jest wzorem do naśladowania na arenie międzynarodowej i na Paradzie Równości co roku gości turystów z całego świata⁶⁵². Ten fragment rozmowy również nawiązywał do wartości, jaką jest tolerancja, i pomimo że jej nazwa znowu nie padła bezpośrednio, przekaz stał się czytelny dla widza.

W ostatniej części wywiadu nawiązano pośrednio również do wartości jaką jest bezpieczeństwo. Pomimo że wartość ta nie została w programie nazwana, Vix Victoria Herjeryd, zapytana przez prowadzących o to, co szwedzka Parada Równości może wnieść w kontekście omawianego tematu, opisała ją mówiąc, że elementem tym może być współpraca pomiędzy organizatorami festiwalu a politykami oraz policją, którzy

⁶⁵⁰ *När maktens män sprider hat får HBTQ-personer betala priset*, <https://www.tv4play.se/program/nyhetsmorgon/n%C3%A4r-maktens-m%C3%A4n-sprider-hat-f%C3%A5r-hbtq-personer-betala-priset/12411766> [dostęp: 20.04.2020].

⁶⁵¹ Ibidem.

⁶⁵² Ibidem.

pomagają zarówno w tworzeniu tematycznych debat i dyskusji, jak i samej ochronie uczestników podczas wydarzenia. Podkreśliła, że element ten najczęściej nie jest widoczny w wypadku parad równości organizowanych przez inne państwa.

Problemem społecznym omawianym w programie jest wciąż występująca dyskryminacja osób LGBTQ na świecie. W odcinku głos zabrali zarówno prowadzący, jak i goście w roli ekspertów. Język używany w *Nyhetsmorgon* można określić jako formalny, a same informacje przekazywano w sposób nieemocjonalny. Pomimo prób zachowania obiektywności, niekiedy można było usłyszeć opinie gości wygłaszane z ich własnych perspektyw, co zmieniło charakter części wypowiedzi na subiektywny. Temat ujęto w sposób uniwersalny poprzez zarysowanie omawianego problemu nie tylko w odniesieniu do Szwecji, ale także wielu innych krajów na świecie.

Wartości, do których nawiązano w programie pośrednio to równość, bezpieczeństwo oraz tolerancja. Chociaż ich nazwy nie pojawiły się w programie, były one omówione jednoznacznie i klarownie, przez co odczytanie ich nie stanowiło problemu dla widza. Pomocne w odczytaniu było także podkreślenie antywartości, jaką jest dyskryminacja, w sposób bezpośredni, a więc wymieniając jej nazwę w programie. Dzięki temu odbiorcy ukazał się kontrast, który jeszcze bardziej ułatwił odczytanie przekazu dotyczącego wspomnianych powyżej wartości.

Słowo i obraz tworzą w *Nyhetsmorgon* relację nierozzerwalną. W programie wykorzystano wyświetlaną na ekranie studyjnym oś czasu, której dane uzupełnione zostały zarówno komentarzem prowadzących, jak i goszczących w odcinku ekspertów. W czasie odcinka wyemitowano także krótkie filmy ukazujące zarówno parady odbywające się w innych krajach, jak i walkę służb publicznych z ich uczestnikami, w tych z nich, które charakteryzują się polityką konserwatywną. Każda z części dopełniana była standardowym paskiem informacyjnym z hasłami dotyczącymi bieżąco omawianego tematu.

Wartości prezentowane w ramach odcinków:

Równość oraz tolerancja, to wartości, o których w każdym z trzech wybranych do analizy odcinkach, mówi się w sposób pośredni. Jednakże, poprzez nawiązania do aspektów takich jak zwiększająca się na świecie świadomość na temat wagi wyraźnego

włączania osób LGBTQ do społeczeństw, a także zwiększenie popularności wydarzeń takich jak marsze czy parady, nie tylko akceptujące, ale i świętujące ich obecność, wartości te zostały przekazane widzom w klarowny oraz łatwy do odczytania sposób. Co więcej, wartości te zostały dodatkowo uwidocznione dla odbiorcy, dzięki nawiązaniom do antywartości, jaką jest dyskryminacja. W programie amerykańskim omówiono ją pośrednio, jednak w programach szwedzkich jej nazwa została przedstawiona widzom bezpośrednio, co wzmocniło i jeszcze bardziej uwidocznilo cały przekaz.

Inną wartością, o której mówi się w każdym z programów jest bezpieczeństwo. W *Today* oraz *Nyhetsmorgon* omówiono ją w sposób pośredni, podczas gdy w *Morgonstudion* jej nazwa pojawiła się w odcinku. W programie amerykańskim przypomniano o wydarzeniach z lat 50. XX wieku, kiedy przebywanie w barach takich jak Stanewall Inn nie było bezpieczne i niejednokrotnie łączyło się z napadami policyjnymi, a ostatecznie niekiedy także bójkami. Zamieszki te doprowadziły do powstania ruchu, który rozwija się do dziś. W programie szwedzkiej stacji komercyjnej do bezpieczeństwa nawiązano zaś w bardzo podobny sposób co w *Morgonstudion*, pomimo tego, że nazwa wartości nie została nazwana bezpośrednio. Do obu programów zaproszono tę samą osobę – organizatorkę Parady Równości w Sztokholmie, która podobnie jak w *Morgonstudion*, w *Nyhetsmorgon* przyznała, że współpraca istniejąca pomiędzy organizatorami, uczestnikami a szwedzkimi służbami porządkowymi może być wzorem do naśladowania dla innych państw, które organizują podobne wydarzenia. Poziom bezpieczeństwa na Paradzie Równości w Sztokholmie ocenia się jako jeden z najwyższych na świecie. W programie szwedzkiej telewizji publicznej podkreślono, że ten plenerowy festiwal organizowany jest w Sztokholmie od ponad dwóch dekad i na obecnym etapie ma już wypracowane pewne strategie umożliwiające stworzenie bezpiecznego wydarzenia na bardzo dużą skalę. Dzięki bezpośredniemu nawiązaniu do wartości jaką jest bezpieczeństwo w *Morgonstudion*, przekaz stał się w tym programie najbardziej jednoznaczny i wyraźny.

Komentarz:

Problemem społecznym poruszonym w odcinkach wybranych programów jest wciąż występująca dyskryminacja osób z grupy społecznej LGBTQ. W każdym z

odcinków oprócz prezenterów wypowiedzieli się także goście, dzięki czemu temat każdorazowo został omówiony z kilku różnych perspektyw. Pomimo że informacje w *Morgonstudion*, na tle tych przekazywanych przez pozostałe dwa programy, zostały zaprezentowane najbardziej obiektywnie, jest to jeden z nielicznych przykładów, kiedy stanowisko prezenterów wobec omawianego tematu było niekiedy widoczne dla widzów. Poprzez emocjonalne reakcje prowadzących, często uzupełnione o widoczny na twarzach uśmiech, widzowie mogli zauważyć aprobatę wydarzenia ze strony dziennikarzy. Subiektywne opinie wyrażane za pomocą języka potocznego zarówno w *Nyhetsmorgon* jak i w *Today* sprawiły, że w każdym z trzech programów odbiorca miał nieco narzucony sposób odbioru prezentowanych informacji. Może to wynikać z tego, że ruch, o którym mowa, został zapoczątkowany w Stanach Zjednoczonych oraz jest silnie promowany w Szwecji, gdzie obywatele niejednokrotnie podkreślają, że są dumni z tego, jak ich państwo podchodzi do omawianego tematu, zwłaszcza w porównaniu do innych krajów na świecie.

Temat za każdym razem ujęto w sposób uniwersalny poprzez nawiązania do innych tego typu wydarzeń organizowanych na świecie, a także przez podkreślenia faktu, iż w amerykańskich jak i szwedzkich paradach biorą udział różne grupy wiekowe, czy też ludzie innych ras i kultur. Wiek, płeć, wyznanie czy kolor skóry nie mają tu znaczenia, a to co łączy osoby biorące udział w paradach równości to chęć wyrażenia sprzeciwu wobec dyskryminacji osób LGBTQ nie jedynie we własnym kraju, a globalnie.

W każdym z programów ważnym elementem były także środki obrazowe, które składały się głównie z klipów przedstawiających fragmenty bieżących lub ubiegłorocznych parad, a także innych wydarzeń historycznych łączących się z omawianym tematem. W *Today* oraz *Nyhetsmorgon*, tak jak zazwyczaj, niejednokrotnie zwracano uwagę na istotność tematycznych dekoracji lub wyróżnienia w jakikolwiek sposób elementów w studiu dla podkreślenia tego, o czym traktuje dany odcinek. W *Morgonstudion* był to natomiast jeden z nielicznych wypadków, kiedy jako dodatkowy element wykorzystano ekran, na którym wyświetlono kolorowe flagi, będące symbolem ruchu LGBTQ. Waga obrazu względem słowa pozostaje jednak nadal większa w amerykańskim oraz szwedzkim programie komercyjnym, niż w publicznym *Morgonstudion*.

4.3. Wstępne podsumowanie analizy

Przed przystąpieniem do opisowego porównania sposobów prezentacji wartości i konstruowania obrazu medialnego przez *Today*, *Morgonstudion* oraz *Nyhetsmorgon*, należy zebrać odpowiedzi na pytania badawcze, według których przeprowadzona została powyższa analiza. Dane zamieszczone poniżej bazują na odpowiedzi udzielanej w ramach danego pytania najczęściej.

1) Kto zabiera głos przy omawianiu danego tematu w odcinku?

- a) **Today:** prezenterzy, reporterzy, goście specjalni, pośrednio celebryci
- b) **Morgonstudion:** prezenterzy, reporterzy, eksperci (w tym naukowcy)
- c) **Nyhetsmorgon:** prezenterzy, reporterzy, eksperci

2) Czy informacje o danym temacie przekazywane są w sposób obiektywny czy subiektywny, a także emocjonalny czy nieemocjonalny?

- a) **Today:** subiektywny, emocjonalny
- b) **Morgonstudion:** obiektywny, nieemocjonalny
- c) **Nyhetsmorgon:** subiektywny, emocjonalny

3) W jaki sposób zabierający głos zwraca się do odbiorcy? Czy wykorzystuje się język potoczny czy naukowy?

- a) **Today:** neutralny; potoczny; dosyć częste używanie „my” inkluzywnego
- b) **Morgonstudion:** formalny; naukowy
- c) **Nyhetsmorgon:** formalny; potoczny; sporadyczne używanie „my” inkluzywnego

4) Czy temat ujęty jest w sposób lokalny czy uniwersalny?

- a) **Today:** uniwersalny
- b) **Morgonstudion:** uniwersalny
- c) **Nyhetsmorgon:** uniwersalny

5) Czy określenia odnoszące się do wartości pojawiają się u prowadzących?

- a) *Today*: sporadycznie → pośrednio
- b) *Morgonstudion*: tak → bezpośrednio
- c) *Nyhetsmorgon*: sporadycznie → najczęściej pośrednio

6) Jak nazywa się i określa wartości, o których mowa w danym odcinku?

- a) *Today*: uznawane, odczuwane; pośrednie
- b) *Morgonstudion*: deklarowane; bezpośrednio
- c) *Nyhetsmorgon*: uznawane, odczuwane; pośrednie

7) Jakie środki obrazowe stosuje się w danym programie porannym? Jaką relację tworzy słowo i obraz w danym programie porannym?

- a) *Today*: filmy, zdjęcia, tekst na ekranie; relacja nierozdzielna
- b) *Morgonstudion*: środki obrazowe używane jedynie czasami; sporadyczna relacja słowa i obrazu
- c) *Nyhetsmorgon*: wykorzystywanie głównie ekranu studyjnego; częsta relacja słowa i obrazu

Z powyższej analizy i odpowiedzi wynika, że każdy z programów różni się od siebie względem sposobu prezentowania informacji. Jedynym aspektem, który jest wspólny zarówno dla *Today*, jak i *Morgonstudion* oraz *Nyhetsmorgon* jest uniwersalność przekazu. W trzech programach omawiane tematy przedstawiane są najczęściej w odwołaniu do globalnej perspektywy problemu, na co składa się tak międzynarodowe ujęcie tematu, jak też wielość branych pod uwagę opinii prezenterów oraz gości.

Jednakże inne aspekty są w tych programach odmienne. Podczas gdy w *Today* wypowiadają się najczęściej dziennikarze, goście specjalni i znane osobistości, tak w

szwedzkich programach oprócz prezenterów są to głównie eksperci, wśród których w samym *Morgonstudion* do wypowiedzenia się często wybierani są naukowcy. *Morgonstudion* jest także tym programem, w którym sposób przekazu jest najbardziej obiektywny i nieemocjonalny, w przeciwieństwie do *Today* oraz *Nyhetsmorgon*, gdzie niejednokrotnie można usłyszeć subiektywne wypowiedzi o zabarwieniu emocjonalnym.

Różnice można zauważyć także biorąc pod uwagę język oraz sposób zwracania się do odbiorcy. W programie amerykańskim często wykorzystuje się język neutralny, a nawet potoczny, co zmniejsza dystans zarówno pomiędzy uczestnikami rozmowy w studiu, jak i prowadzącymi lub gośćmi a widzami. Dodatkowo, w wypowiedziach nierzadko pojawia się „my” inkluzywne, które sprawia, że odbiorcy czują się niejako „wciągnięci” do rozmowy na dany temat. W *Morgonstudion* najczęściej używa się natomiast języka formalnego bądź naukowego, co związane jest zarówno z samym założeniem programu, które mówi o tym, że jego format ma skupiać się bardziej na informacji i edukacji niż rozrywce, jak i tym, że często w ramach ekspertów wypowiadają się w nim naukowcy. W *Nyhetsmorgon*, zależnie od podejmowanego tematu, język można określić jako formalny lub potoczny. W trakcie niektórych odcinków, zwłaszcza tych o poważnym charakterze, w programie stroni się od wyrażen potocznych, które jednak bardzo często pojawiają się, kiedy tylko omawiane aspekty dotyczą „łżejszej” tematyki.

Różnice widać także w odniesieniu do prezentacji wartości. W *Today* i *Nyhetsmorgon* omawia się je sporadycznie i najczęściej lub głównie pośrednio, tak też są to wartości, które Jadwiga Puzynina nazywa uznawanymi lub odczuwanymi (pełną wiedzę ma o nich jedynie nadawca). W *Morgonstudion* natomiast o wartościach mówi się dosyć często i są to jednocześnie wartości bezpośrednie, a więc – według podziału autorki *Języka wartości* – deklarowane (ich nazwa pojawia się w programie).

Inna jest również sama forma wizualna łączona z każdym z badanych tu programów śniadaniowych. W *Nyhetsmorgon* relacja słowa i obrazu jest nierozzerwalna, a w programie amerykańskim dodatkowo często stawia się na *show*, organizując tzw. wydania specjalne, którym towarzyszy niecodzienna aranżacja np. w formie sceny na wolnym powietrzu i/lub zaproszenie bardzo znanych gości. W *Morgonstudion* stawia się natomiast na minimalizm i wykorzystuje jedynie niezbędne pomoce wizualne. W programie najważniejszy jest ustny przekaz informacji, co sprawia, że mniej elementów

wpływa na widza i może on bardziej obiektywnie i krytycznie ocenić omawiany w danym momencie temat.

ROZDZIAŁ V

KSZTAŁTOWANIE SYSTEMU AKSJOLOGICZNEGO PRZEZ MEDIA W PROGRAMACH PORANNYCH W USA I SZWECJI

W ostatnim, podsumowującym rozdziale tej pracy, należy, po pierwsze, wrócić do kategoryzacji i przyporządkować wszystkie wartości, które pojawiły się w ramach analizowanych odcinków programów śniadaniowych do ich typów opisanych w rozdziale II. Pozwoli to na dostrzeżenie, jaki typ wartości pojawia się w wybranych telewizjach najczęściej, co można łączyć także z tym, jaka funkcja (informacyjna, rozrywkowa czy edukacyjna) dominuje w każdym z analizowanych programów. Po drugie, przedstawione zostaną podobieństwa i różnice w ramach omawianych przez telewizje problemów społecznych oraz sposobów ich prezentacji, a także tego, jakie wartości pojawiają się w trakcie ich poruszania. To, jak i w jakim kontekście są one ukazywane, współtworzy obraz państwa, w którym realizowany i emitowany jest dany program. Wszystkie te aspekty wpływają zatem na to, jak *Today*, *Morgonstudion* oraz *Nyhetsmorgon* konstruują swoje medialne wizje świata, które z kolei mają wpływ na przekonania i codzienne wybory oraz zachowanie ich odbiorców.

W ostatniej części rozdziału poruszony zostanie także wątek dotyczący różnorodnych sposobów prezentacji przekazów audiowizualnych. Ze względu na to, że podczas badań nad wybranym tematem zawsze warto spojrzeć na niego z szerszej perspektywy i spróbować odnaleźć nowe aspekty, które można z nim połączyć, podrozdział 5.3. zawiera propozycję oraz opis związków widocznych pomiędzy formą wybranych do analizy programów porannych a tzw. stylem zerowym.

5.1. Typy wartości prezentowane w *Today*, *Morgonstudion* oraz *Nyhetsmorgon*

Przed przejściem do analizy sposobów prezentacji grup tych samych wartości omawianych w ramach różnych tematów i kontekstów w trzech wybranych do badań programach, należy przyporządkować każdą z wartości oraz antywartości, które pojawiły

się w odcinkach do typów opisanych w rozdziale II. Pozwoli to ukazać, jakie kategorie wartości pojawiają się w programach śniadaniowych najczęściej, a przez to z jaką funkcją przekazu może się to łączyć. Czy wybrane programy poranne skupiają się na funkcji informacyjnej, rozrywkowej, czy edukacyjnej, a może łączą je ze sobą? Jeśli tak, to na jakiej zasadzie i wedle jakich proporcji? Czy wśród trzech wybranych programów jest taki, który skupia się głównie na jednej z podanych funkcji? Próba odpowiedzi na dwa ostatnie pytania będzie możliwa pod koniec tego rozdziału.

Jako podstawę do porządkowania wartości według ich typów przyjmuję klasyfikację zaproponowaną przez Jadwigę Puzyninę⁶⁵³.

Pierwsze z kategorii to wartości poznawcze, w których centrum jest prawda rozumiana jako *wiedza o świecie, poznanie*. Osiągnąć można je z kolei poprzez *uczenie się, myślenie czy refleksję*, przez co osobami, które należy z tą wiedzą łączyć są m.in. *uczni* czy *mędracy*, których cechuje *inteligencja, pracowitość* czy chociażby *wyobraźnia*. Można jednak wyróżnić także wartości negatywne związane z kategorią poznawczą i są to m.in. *głupota* bądź *nieuctwo*⁶⁵⁴. Wartości nacechowane negatywnie, czyli ujemnie to więc nic innego jak antywartości, które mogą pojawiać się przy każdej z kategorii.

Kolejną z nich są wartości estetyczne, czy też obyczajowe, do których w ramach ich pozytywnych konotacji można dopasować np. *piękno*. Za antywartość estetyczną należy zatem uznać *brzydotę*. W tym wypadku można zauważyć konotacje z naturą lub sztuką, z czego te ostatnie przysparzają więcej problemów, ponieważ dla większości osób sztuka służy wyrażaniu piękna. Centrum kategorii wartości estetycznych osadzone jest zatem w kręgu wartości pozytywnych⁶⁵⁵.

Do następnej kategorii należą wartości moralne, które najczęściej łączy się z dobrem drugiego człowieka, a więc działaniem na rzecz innych, a szerzej relacjami międzyludzkimi. Jako przykład można zatem podać *szczerłość, rzetelność, tolerancję* czy *solidarność*. Można mówić więc o *moralności społecznej*, ale istnieje także *moralność indywidualna*, inaczej *osobista*, której przykładem jest chociażby *odwaga*. Wartości moralne nacechowane negatywnie to natomiast te, których centrum stanowi ludzka krzywda i są to np. *okrucieństwo, niesprawiedliwość* czy *egoizm*⁶⁵⁶.

⁶⁵³ J. Puzynina, *Język wartości*, op. cit., s. 149.

⁶⁵⁴ Ibidem, s. 150-151.

⁶⁵⁵ Ibidem, s. 153-155.

⁶⁵⁶ Ibidem, s. 157-159.

Autorka *Języka wartości* wyróżnia także wartości obyczaju i mody, które opierają się na dążeniach konformistycznych, a zatem jest to np. *uprzejmość* czy *dobre wychowanie*. Kiedy zaś weźmie się pod uwagę modę, konotację pozytywną ma przymiotnik *modny*, a negatywną *niemodny*, co dotyczy nie tylko ubioru, ale też języka czy obyczajowości⁶⁵⁷.

W innej kategorii są wartości witalne, których centrum stanowi *życie i zdrowie*, które mają konotacje pozytywne. Nacechowanie negatywne ma natomiast np. *choroba*, *ból* czy *cierpienie fizyczne*⁶⁵⁸.

Wartości odczuciowe to z kolei takie, które są skoncentrowane wokół tego, co można uważać za szczęście. Przykładem może być chociażby *przynależność*, *bliskość rodzinna* lub *ważność*. Negatywne konotacje w tym wypadku ma natomiast np. *lekceważenie*, *wyzolowanie* czy *brak posłuchu*⁶⁵⁹.

Do innej kategorii należą wartości transcendentne. W tym wypadku *dobro* i *zło transcendentne*, może być ujmowane różnie, zależnie od religii, w której ramach się je rozpatruje. Co więcej, wyrazy oznaczające wartości religijne odpowiadają wartościowaniu pozytywnemu lub negatywnemu jedynie osobom wierzącym. Dla ludzi niewierzących wartościowanie wyrazów łączonych z danymi wartościami zależy bowiem od ich stosunku do religii oraz jej wyznawców⁶⁶⁰.

Przed przyporządkowaniem wartości do ich typów należy przypomnieć, jakie z nich (z wyróżnieniem tak pozytywnych, jak i negatywnych) można zauważyć w odcinkach omówionych w analizie w rozdziale IV. Wartości pozytywne to w tym wypadku: równość, solidarność, sprawiedliwość, wolność, bezpieczeństwo, odwaga, racjonalność, szacunek, praworządność i tolerancja. Antywartości to natomiast: nierówność (w tym: rasizm, seksizm), niesprawiedliwość, strach, poczucie zagrożenia (brak poczucia bezpieczeństwa), brak solidarności, brak szacunku, brak racjonalności (nieracjonalność), nienawiść, dyskryminacja, nietolerancja, bezprawie.

Wartością poznawczą spośród powyższej grupy jest racjonalność. Wartością ujemną, a więc antywartością, jest w tym wypadku brak racjonalności, wyrażający się

⁶⁵⁷ Ibidem, s. 166-167

⁶⁵⁸ Ibidem, s. 168.

⁶⁵⁹ Ibidem, s. 169.

⁶⁶⁰ Ibidem, s. 176-178.

przez negatywny stosunek do myślenia czy pogłębiania wiedzy o świecie. W każdym z programów wartość ta (zarówno pozytywna, jak i ujemna) pojawia się w sposób pośredni.

Bezpieczeństwo to wartość witalna. Centrum jest tu życie bądź zdrowie i dobre samopoczucie człowieka tak w relacji z innymi, jak i w odniesieniu do samego siebie. Negatywnymi wartościami witalnymi, a więc antywartościami są z powyższej grupy poczucie zagrożenia, brak poczucia bezpieczeństwa. Do wartości tej nawiązano w każdym z programów, jednak w sposób bezpośredni zrobiono to jedynie w *Morgonstudion*. W *Today* bezpośrednio wspomniano natomiast o samej antywartości. W *Nyhetsmorgon* wartość zarówno pozytywna, jak i negatywna zostały omówione pośrednio.

Do wartości moralnych należy zaliczyć m.in. te w obrębie relacji międzyludzkich, a więc równość, solidarność, sprawiedliwość, tolerancję, a także te w relacji w obrębie państwa, czyli praworządność i szacunek (w tym wypadku nie w odniesieniu do osoby, lecz do państwa). Wartości ujemne to zaś w tym wypadku nierówność (w tym: rasizm, seksizm – relacje międzyludzkie), brak solidarności, nienawiść, dyskryminacja, nietolerancja, brak szacunku, bezprawie.

Wartość, jaką jest równość, nie tylko została nazwana bezpośrednio w odcinkach *Today* oraz *Morgonstudion*, ale także skontrastowano ją tam z jej antywartością, przez co przekaz stał się jeszcze bardziej czytelny. Do solidarności nawiązano bezpośrednio jedynie w *Today*. Program ten był także tym, w którym mówiono bezpośrednio o antywartości, jaką jest nienawiść. Nazwa wartości, jaką jest sprawiedliwość, pojawiła się natomiast bezpośrednio jedynie w programach szwedzkich. Tolerancja, to wartość, o której w każdym z trzech programów mówiono pośrednio, jednak w programach szwedzkich nazwano jej antywartość, jaką jest dyskryminacja. Praworządność to zaś wartość, do której nawiązano wyłącznie w *Morgonstudion*. O pozostałych wartościach moralnych (pozytywnych bądź ujemnych) mówiono jedynie w sposób pośredni. Program szwedzkiej telewizji publicznej jest więc spośród trzech tym, w którym nazwy tych wartości z tej kategorii pojawiają się najczęściej, przez co ich przekaz jest najbardziej klarowny. W *Today* i *Nyhetsmorgon* niejednokrotnie działa się zaś na kontraście, podając nazwę antywartości, która sugeruje odbiorcy, której z wartości dotyczy omawiany temat. To czy w tym wypadku przekaz zostanie odebrany według założenia nadawcy, zależy jedynie od wiedzy i sposobu interpretacji odbiorcy, w przeciwieństwie do

Morgonstudion, gdzie przekaz wartości jest najczęściej bezpośredni, a przez to jednocześnie czytelny dla wszystkich.

Jak zaznacza Jadwiga Puzynina, istnieje jednak granica między *moralnością społeczną*, a *moralnością osobistą*. Jest ona nieostra, ale w przeciwieństwie do pierwszej z nich, która zakłada działania na rzecz innych, druga skupia się indywidualnie na wnętrzu człowieka. Są to więc wartości w odniesieniu do jednej osoby (nie zawierają od razu relacji z innymi). Spośród wartości, które pojawiły się w analizowanych programach, do tej grupy zaliczyć można zatem odwagę oraz wolność (w tym: wolność słowa). Antywartością jest tu natomiast strach. Do odwagi nawiązywano w każdym z programów pośrednio, jednak w *Today* oraz *Morgonstudion* antywartość, jaką jest strach, a także druga wspomniana wcześniej wartość, jaką jest wolność, zostały nazwane bezpośrednio.

Wynika z tego, że najwięcej wartości pojawiających się w ramach analizowanych odcinków programów amerykańskiej i szwedzkiej telewizji śniadaniowej można zaliczyć do grupy wartości moralnych. Ważne w ich przekazie jest działanie na rzecz innych, a więc dążenie do dobra drugiego człowieka czy dobra społecznego. Istotny jest w tym wypadku także rozwój indywidualny rozumiany jako moralność osobista, czyli działania skierowane na rozwijanie i/lub pielęgnowanie w sobie pozytywnych cech i postaw. Programy, w których mówi się o wartościach tego typu, mają na celu uświadamianie i edukację odbiorców w tym właśnie kierunku. Wracając więc do funkcji, jakie spełnia telewizja śniadaniowa, widać na tym przykładzie, że w każdym z trzech programów oprócz informacyjnej i rozrywkowej, jest to także funkcja edukacyjna. Jednakże proporcje w występowaniu tych trzech funkcji nie są takie same w każdym z wybranych do analizy programów. Biorąc pod uwagę zarówno częstotliwość omawiania wartości moralnych w odcinkach, jak i bezpośredniość ich przekazu, *Morgonstudion* jest programem, w którym pojawiają się one najczęściej. Na jakich funkcjach skupiają się inne programy i jak ważna na tle *Morgonstudion* jest dla nich funkcja edukacyjna, a także jakie inne aspekty mogą świadczyć o nastawieniu szwedzkiego programu publicznego na edukację? Odpowiedzi na te pytania ukaże analiza kolejnych aspektów zawarta w następnych podrozdziałach.

5.2. Sposób prezentacji tematów i wartości oraz konstruowania obrazu medialnego przez *Today*, *Morgonstudion* i *Nyhetsmorgon* – podobieństwa i różnice

W dziesięciu wybranych do analizy tematach można wyróżnić zarówno odmienne, jak i podobne do siebie, a więc powtarzające się, problemy społeczne. Podobieństwa w omawianych problemach można dostrzec w temacie dotyczącym reklamy H&M oraz sprawy kongresmerek i prezydenta USA. W obu wypadkach widoczny problem społeczny to wciąż występujące oraz zauważalne w wielokulturowych krajach zachowania rasistowskie. Zarówno reklama H&M, jak i wypowiedzi prezydenta USA zostały uznane za skrajnie obraźliwe i negatywnie rzutujące na obraz państwa, przez co sama waga prezentowanych problemów jest podobna. Jednakże widoczne są tu także istotne różnice, które dotyczą zarówno samej intencji łączonej z powstaniem problemu, jak i rozwoju oraz zakończenia każdej ze spraw. W wypadku reklamy H&M mamy do czynienia ze swego rodzaju niedopatrzaniem – niefortunnym i niosącym za sobą potężne skutki, jednak najpewniej nie wykonanym celowo, świadomie i z premedytacją. Świadczyć może o tym chociażby natychmiastowe przyznanie się przez szwedzką markę do popełnienia błędu i wystosowanie oficjalnych przeprosin zamieszczonych niezwłocznie na stronie internetowej sklepu. W kwestii wypowiedzi Donalda Trumpa dotyczących kongresmerek mamy natomiast do czynienia ze świadomym użyciem słów i wyrażeniem własnych myśli, poglądów oraz opinii. Po bezpośrednim wskazaniu przez innych polityków, media, a także same kongresmenki wyłaniającego się problemu społecznego łączonego ze stanowiskiem wygłoszonym przez głowę państwa, prezydent pozostał przy swoich opiniach, nie deklarując pomyłki i nie wystosowując przeprosin.

W przeciwieństwie do medialnego obrazu Szwecji, który po niefortunnej reklamie został naprawiony dzięki zamieszczeniu wyjaśnień i przyznaniu się do błędu przez firmę H&M, obraz prezentowanych w mediach wartości szerzonych w USA przez głowę państwa nie uległ poprawie. Oba tematy były omawiane nie tylko w lokalnych mediach, ale także w innych krajach na świecie, przez co medialne obrazy obu opisywanych tu krajów i szerzonych w nich wartości trafiły do odbiorców globalnie. Jednakże, dzięki konfrontacji części amerykańskiego społeczeństwa (w tym polityków) z postawą prezydenta poprzez publiczne wypowiedzi wyrażające sprzeciw wobec jego poglądów i wyemitowanie ich w programie *Today*, telewizja ta zaprezentowała obie strony sporu.

Pokazało to, że pomimo negatywnych wartości promowanych przez pokazywaną w programie osobę, sam program stara się walczyć z głoszonymi przez nią poglądami. Ostateczna recepcja prezentowanych w odcinku wartości zależała zatem od poziomu własnej wiedzy oraz krytycznego odbioru widza.

Różnicą, która w obu wspomnianych tematach jest widoczna, jest także polityczny wymiar danej sprawy lub jego brak. W wypadku szwedzkiej reklamy to sama firma poniosła odpowiedzialność za promocję negatywnego wizerunku prezentowanego na swojej stronie internetowej. Pomimo że, jak zostało zaznaczone wcześniej, należy przyjąć, że wizerunek znanej na świecie marki wpływa na obraz kraju, z którego pochodzi, firma ta odpowiada indywidualnie za wybory dotyczące swojej promocji. Sprawa kongresmenek i prezydenta USA łączy się natomiast z poglądami i decyzjami głowy państwa, a więc osoby, która w założeniu powinna reprezentować wartości, którymi kierują się obywatele danego kraju.

Kolejne podobieństwa można zauważyć w ramach tematów dotyczących sprawy A\$APa Rocky'ego, impeachmentu Donalda Trumpa oraz pomysłu kupna Grenlandii przez USA. W każdym z tych tematów przejawiają się problemy społeczne, takie jak brak świadomości różnic w przepisach prawnych państw oraz idea równości wobec prawa (lub jej brak), a także nadużycie władzy przez głowę państwa, w tym także skłonność do ingerowania w sprawy innych krajów. W każdą z wymienionych spraw zamieszana jest ta sama osoba – Donald Trump – za każdym razem nadużywająca władzy i próbująca wykorzystać stanowisko prezydenta potężnego państwa do zrealizowania celów niezgodnych z przepisami prawnymi i poszanowaniem suwerenności oraz kultury innych krajów. Każdy z tematów jest zatem powiązany z polityką. Jednakże można zauważyć także pojawiające się w ramach podanych tematów różnice. W sprawie A\$APa Rocky'ego prezydent USA jednocześnie z próbą ingerencji w przepisy prawne innego państwa, próbował ocieplić swój wizerunek, wstawiając się za osobą ciemnoskórą i oferując jej swoją pomoc. Biorąc pod uwagę dotychczasowe poglądy przejawiające się w wypowiedziach Donalda Trumpa, był to jeden z nielicznych momentów, kiedy można było zauważyć u niego tego typu postawę. Sprawa dotycząca chęci kupna Grenlandii przez USA ma zaś podłoże kulturowe związane z państwowością i głosem społecznym. Potraktowana w opisanej powyżej sprawie przedmiotowo Grenlandia jest nie tylko pewnym określonym terytorium, ale jednocześnie także domem dla swoich

mieszkańców, których łączy jedna kultura. Sprawa dotycząca impeachmentu nie miała natomiast podłoża na tle rasowym ani kulturowym, będąc jedyną z trzech związaną *stricto* ze sprawami politycznymi.

Podobnie jak w wypadku opisanego wcześniej problemu społecznego dotyczącego zachowań rasistowskich, tak i tym razem, obraz wartości prezentowany w amerykańskiej telewizji, a przez to ogólny obraz wartości wyznawanych w kraju, był negatywny. Co więcej, pierwsze dwa tematy, a więc sprawa A\$APa Rocky'ego oraz proces impeachmentu Donalda Trumpa trwały kilka miesięcy, przez co obraz ten wielokrotnie powtarzał się w przekazach medialnych i utrwał się w głowach odbiorców. W mediach szwedzkich, w większej mierze niż w mediach amerykańskich, próbowano ukazać także drugą stronę każdego ze sporów, a zatem kolejno – regulacje dotyczące prawa aresztowań w Szwecji, oficjalne stanowisko spiker Izby Reprezentantów dotyczące impeachmentu oraz skandynawskie spojrzenie na zagadnienia związane z przynależnością Grenlandii do Danii. Niemniej jednak, próba naprawy obrazu przekazywanych wartości ujemnych nie została wykonana u źródła tj. przez samego prezydenta USA, a jedynie przez (starające się zachować obiektywizm) media. Po raz kolejny zatem to, jak prezentowane w przekazie wartości dotyczące wizerunku USA zostały odebrane przez widzów, zależało jedynie od ich sposobu interpretacji.

Inne podobieństwa dotyczące problemów społecznych można przywołać w tematach nawiązujących do ruchu #MeToo, Międzynarodowego Dnia Kobiet oraz Parady Równości. W każdym z wymienionych tematów zauważalne są problemy związane z przemocą i dostrzeganym w społeczeństwach brakiem równości, bezpieczeństwa oraz równouprawnienia. Pomimo że pierwsze dwa wymienione tematy często z założenia i stereotypowo wiążą się z kobietami, w trakcie odcinków niejednokrotnie zaznaczono, że omawiane w ich ramach sprawy nie dotyczą jedynie praw kobiet, lecz szerzej – praw człowieka. Dzięki temu wiążą się one także z ostatnim wymienionym tu tematem, czyli Paradą Równości. Podobieństwa widać zatem pomiędzy trzema tematami. W wypadku tych, które dotyczą ruchu #MeToo oraz Dnia Kobiet, mogą wydawać się one wzajemnie bardziej zauważalne i oczywiste niż w ramach tematu o Paradzie Równości. Jednakże, biorąc pod uwagę jedno z fundamentalnych praw człowieka, a więc aspekt bezpieczeństwa, a w tym także praw nie tyle słabszej płci, co osób słabszych (np. m.in. ze względu na siłę fizyczną, odporność psychiczną lub też samą liczebność), można

zauważyć, że walka o prawa człowieka dotyczy tego tematu w równym stopniu. Każdy z tematów jest jednak na tyle odrębny, że zauważalne są także wyraźne różnice pomiędzy opisywanymi w ich ramach problemami społecznymi. W temacie dotyczącym ruchu #MeToo skupiono się głównie na problemie molestowania seksualnego, podczas gdy tematy omawiane w ramach Dnia Kobiet nawiązywały przede wszystkim do przemocy domowej i walki z patriachatem. Trzeci temat, a więc ten omawiający Paradę Równości, główny nacisk kładł na problem dyskryminacji osób LGBTQ. Zatem, pomimo widocznych podobieństw, wybrane tu tematy są na tyle jednostkowe, że wśród nich widać trzy osobne, jednak równie ważne problemy społeczne.

W przeciwieństwie do grup zbieżnych tematów omawianych wcześniej, tym razem obraz państw, a w tym samych wartości przekazywanych zarówno przez amerykańskie, jak i szwedzkie media był za każdym razem pozytywny. W Stanach Zjednoczonych, jak i w Szwecji starano się promować walkę o prawa człowieka na wielu polach. Tematy opisywane były nie jako problemy czekające na rozwiązanie, a jako rozwiązania do istniejących już problemów. To zatem aktywny udział w promowaniu pozytywnych wartości i chęć naprawy negatywnego obrazu państw (zarówno w USA, jak i w Szwecji) został wysunięty w każdym z programów na pierwszy plan.

Dwa pozostałe tematy, a więc te dotyczące pożarów w Kalifornii oraz działalności Greta Thunberg, można zaliczyć do kwestii związanych z katastrofami naturalnymi, ekologią i ochroną środowiska. Każdy z tego typu problemów wiąże się jednak z działaniem wspólnot, których celem i/lub obowiązkiem jest zaradzenie im w jak najszybszy i jak najbardziej efektywny sposób. Problemem społecznym w tym wypadku jest zatem brak konkretnych działań ze strony państwa, ale także części społeczeństw, w związku z zapobieganiem procesom ocieplenia klimatu, a także niewystarczające finansowanie jednostek publicznych walczących z efektami żywiołów, takich jak np. straż pożarna. Podobieństwem widocznym w ramach obu wymienionych tematów jest zwrócenie uwagi na konsekwencje zmian klimatycznych, a w tym głównie tych dotyczących globalnego ocieplenia, wywołującego coraz większe i często nieodwracalne negatywne skutki. Różnicą, która wysuwa się jednak na pierwszy plan w wypadku obu wspomnianych kwestii, jest aktywny lub bierny udział w promowaniu tematu oraz próba reakcji i pomocy zawczasu, a więc przed pojawieniem się kolejnych katastrof naturalnych lub statystyk mówiących o pogorszeniu klimatu. Greta Thunberg jest aktywistką, która

próbuję zwrócić uwagę polityków na problem zmian klimatycznych i przyspieszyć ich konkretne działania mogące pomóc w walce z globalnym ociepleniem. Osoby relacjonujące lub próbujące pomóc w opanowaniu pożarów w Kalifornii stanęły przed faktem dokonanym, przez co ich zadanie ograniczyło się do zwrócenia uwagi na już istniejący konkretny problem, nie zaś na próbie zapobiegania kolejnym zmianom, a w konsekwencji także innym katastrofom klimatycznym. Do tego doszło także pasywne zachowanie prezydenta USA, który zamiast dodatkowo wesprzeć służby publiczne walczące z efektami globalnego ocieplenia (nie tylko podczas opisanych pożarów w Kalifornii, ale także na co dzień), nie tylko wstrzymał mogące pomóc środki, ale już wcześniej obciął państwowy budżet przeznaczony na ten cel.

Konstruowany w każdym z programów medialny obraz Stanów Zjednoczonych oraz Szwecji i promowanych w nich wartości różni się od siebie. Stany Zjednoczone każdorazowo zostały ukazane jako państwo, dla którego wartość, jaką jest bezpieczeństwo, staje się ważna dopiero w obliczu występującego już zagrożenia, podczas gdy Szwecja jawi się jako kraj próbujący niemal za wszelką cenę nie tylko zapobiegać negatywnym zmianom klimatycznym, ale i edukować w tym kierunku inne państwa.

Po zauważeniu i opisanu podobieństw oraz różnic wśród samych problemów społecznych poruszanych w wybranych do analizy tematach, a także ustaleniu, jaki obraz medialny USA oraz Szwecji ukazuje się w badanych programach, należy zwrócić uwagę na punkty wspólne oraz różnice co do pojawiających się w ich ramach wartości. Poniżej pokazuję podobieństwa i różnice w prezentowaniu wartości, wybierając tematy, w których pojawia się ta sama wartość.

Jedną z wartości wymienianych w omawianych tematach najczęściej jest równość. Wartość ta przejawia się w tematach dotyczących reklamy H&M, ruchu #MeToo, Międzynarodowego Dnia Kobiet, sprawy Donalda Trumpa oraz amerykańskich kongresmerek czy Parady Równości. Czy jednak za każdym razem dotyczy ona tych samych aspektów, a w konsekwencji, poprzez jej prezentację w programach do widzów trafia jeden określony przekaz? Czy zawsze prezentowana jest ona w ten sam sposób? Wartość, jaką jest równość, prezentowana jest wielowymiarowo, przez co pomimo punktów wspólnych, można zauważyć także różnice w każdym z tematów, w których zostaje ona zaprezentowana.

W ramach prezentacji sprawy dotyczącej reklamy H&M każda z telewizji omawiała wspomnianą wartość w kontekście równości na tle rasowym. Zarówno w *Today*, *Morgonstudion*, jak i *Nyhetsmorgon* w kontraście do niej nawiązano także do antywartości jaką jest rasizm. Jednakże w każdym z programów wspomniana wartość oraz antywartość zostały zaprezentowane widzom inaczej. W *Today* o równości mówiono pośrednio, nie wymieniając jej nazwy, a jedynie omawiając ją w programie, natomiast antywartość, jaką jest rasizm, została nazwana bezpośrednio. Co więcej, jej nazwa pojawiła się także na ekranie, a zatem została przekazana w sposób multimodalny. W *Morgonstudion* oraz *Nyhetsmorgon* o równości i rasizmie mówiono natomiast w sposób pośredni. Wynika z tego, że przekaz w *Today* stał się najbardziej jednoznaczny, co niewątpliwie łączy się z wieloletnią walką z rasizmem w wielokulturowych Stanach Zjednoczonych, które są jednocześnie jednym z państw najdłużej i najściślej współpracujących z siecią H&M. Szwecja, pomimo że nieporównywalnie mniejsza od USA, również jest krajem, w którym osiedlają się imigranci przyjeżdżający z wielu państw na świecie. Jednakże w Skandynawii od lat walka z rasizmem jest bardziej promowaniem dla wielu już na tym etapie oczywistego, a więc koniecznego w codziennym postępowaniu, poszanowania wartości, jaką jest równość, aniżeli walki z wciąż jawnie występującymi od niej odstępstwami, tak jak dzieje się to w Stanach Zjednoczonych. Jest to niewątpliwie powód, dla którego w programie amerykańskiej telewizji przekaz wyrażony został najbardziej klarownie, przez co stanowisko stacji dotyczące błędu popełnionego przez szwedzką firmę wybrzmiało jednoznacznie.

Równość omawiana w kontekście tematu o ruchu #MeToo dotyczy natomiast traktowania obu płci według tych samych zasad. Pomimo skupienia się w trakcie ruchu głównie na omawianiu przypadków molestowania seksualnego kobiet oraz przemocy stosowanej w stosunku do nich, to prawa człowieka, a nie tylko prawa kobiet, są z założenia jego fundamentem. *Morgonstudion* to jedyny z trzech programów, w którym wartość, jaką jest równość, została omówiona. W *Today* oraz *Nyhetsmorgon* skupiono się w ramach tego tematu na innych wartościach, takich jak bezpieczeństwo i solidarność. W *Morgonstudion* wartość, jaką jest równość, została natomiast także dodatkowo skontrastowana z nierównością, a ściślej seksizmem, czyli antywartością opisywaną w kontekście sprawy dotyczącej artykułu Staffana Heimersona. Dzięki temu, w programie

szwedzkiej telewizji publicznej, przekaz ten został zaprezentowany jeszcze wyraźniej i przez to miał większą szansę, aby trafić do oglądającego odcinek widza.

Równość to wartość omawiana również w ramach tematu dotyczącego Międzynarodowego Dnia Kobiet, jednak w każdym z trzech programów skupiono się na nieco innych związanych z nią aspektach. W *Today* skupiono uwagę widzów na równości dotyczącej dowolnego wyboru zawodów oraz równego traktowania kobiet i mężczyzn wykonujących daną pracę. W *Morgonstudion* część odcinka dotyczącą Dnia Kobiet poświęcono równości w traktowaniu wzajemnie obu płci, a w tym zagadnieniom związanym z przemocą domową. W *Nyhetsmorgon* skupiono się natomiast na zagadnieniach dotyczących ruchu, jakim jest feminizm, oraz jego propagowaniu na świecie, a więc wadze równości względem obu płci w różnych dziedzinach życia. W każdym z programów zaprezentowano omawianą tu wartość w sposób pośredni, jednak dzięki lokalnemu ujęciu tematu w *Morgonstudion*, w przeciwieństwie do uniwersalnego widocznego w *Today* i *Nyhetsmorgon*, jej przekaz stał się wyraźniejszy dla widza. Prezentacja tematu poprzez działanie na przykładach i wyemitowanie materiałów z dzielącymi się swoimi historiami Szwedkami, unaoczniała bliskość i wagę problemu omawianego w odcinku szwedzkiej telewizji publicznej.

Wartość, jaką jest równość, omówiona została także w kontekście tematu dotyczącego sprawy amerykańskich kongresmerek. Tym razem, do równości nawiązano na tle rasowym, ale także etnicznym, a więc przynależności do danej kultury, narodu i społeczeństwa. Sprawa kongresmerek i prezydenta USA to temat, który nie został podjęty w *Nyhetsmorgon*, jednak pojawił się w *Today* oraz *Morgonstudion*. W obu programach wartość tę zaprezentowano pośrednio, nie nazywając jej, jednak omawiając czego dotyczy i kontrastując ją z antywartością jaką jest rasizm. Dzięki temu przekaz stał się bardziej zauważalny i klarowny. W obu programach omawiany temat pozostawiono także bez dodatkowych komentarzy, co pozwoliło widzom na stworzenie własnej opinii i oceny.

Równość to wartość, która pojawiła się też w ostatnim omówionym w analizie temacie, a więc tym opisującym Parady Równości. Wartość ta omówiona została tym razem w kontekście równości dotyczącej wszelkich orientacji seksualnych. Sama nazwa wartości nie pojawiła się bezpośrednio w programach m.in. ze względu na nazwę własną parady, która w języku angielskim określana jest jako *Pride Parade*, co adaptują do

swojego języka także Szwedzi (szw. *Pridefestival, Stockholm Pride*). Natomiast w każdym z trzech programów, została omówiona antywartość, którą jest dyskryminacja. W *Today* nawiązano do niej pośrednio, zaś w szwedzkich *Morgonstudion* oraz *Nyhetsmorgon* nazwano i omówiono ją bezpośrednio. Pozwoliło to widzom po raz kolejny na dostrzeżenie kontrastu, dzięki czemu prezentacja wartości, jaką jest równość, stała się bardziej widoczna w szwedzkich programach, aniżeli w ich amerykańskim pierwowzorze.

Wynika z tego, że pomimo iż wartość, jaką jest równość, zazwyczaj pojawia się i zostaje zaznaczona w każdym programie w trakcie prezentowania tego samego tematu, najczęściej jest ona najwyraźniej prezentowana i omówiona w *Morgonstudion*. Przekaz prezentowany widzom w programie śniadaniowym szwedzkiej telewizji publicznej był najbardziej klarowny i czytelny, przez co miał największą szansę trafić do oglądającego go widza.

Kolejną wartością, która pojawiła się w więcej niż jednym z dziesięciu wybranych do analizy tematów, jest sprawiedliwość. Wartość ta zaprezentowana została w tematach takich jak ruch #MeToo, sprawa A\$APa Rocky'ego oraz impeachment Donalda Trumpa. W ramach wymienionych tematów o sprawiedliwości mówiono jednak w różnych kontekstach i zaprezentowano tę wartość widzom każdorazowo w nieco inny sposób. W wypadku tematu dotyczącego ruchu #MeToo, sprawiedliwość jako wartość, pojawia się jedynie w trakcie odcinka *Nyhetsmorgon*. W programie komercyjnej szwedzkiej telewizji omówiono ją pośrednio w kontekście rozwiązywania sprawy jednego z pracowników stacji, dotyczącej nieetycznego i niezgodnego z prawem zachowania, które zostało poddane wymiarowi sprawiedliwości wiele lat po omawianym zdarzeniu. Ze względu na czynniki takie jak m.in. tabu obyczajowe, czy też brak odwagi ofiar molestowania seksualnego, sprawy takie jak ta nie były poruszane wcześniej. Dzięki narodzinom ruchu #MeToo, wiele medialnych osób zdecydowało się podzielić swoimi historiami, co ośmieliło także innych do prób walki o sprawiedliwość. W szwedzkiej telewizji komercyjnej skupiono się na sprawie z przeszłości, która wymagała rozwiązania, a więc sprawiedliwego wyroku. Nazwa wartości nie pojawiła się w programie, jednak przez sposób montażu odcinka (sceny spod sądu, fragmenty ukazujące osoby czekające na rozprawę), jej przekaz stał się czytelny dla widza.

Kolejny temat, w trakcie omawiania którego nawiązano do wartości, jaką jest sprawiedliwość, to sprawa A\$APa Rocky'ego. W przeciwieństwie do spraw dotyczących ruchu #MeToo, dotyczyła ona aktualnego zdarzenia. W programie *Today* sprawiedliwość została omówiona pośrednio, kiedy nawiązano do przebiegu procesu dotyczącego bójki z udziałem rapera w Sztokholmie. W wyemitowanym podczas programu fragmencie wywiadu prawnik Amerykanina podkreślił, że jego stronie zależy na obiektywnym wyroku podczas rozprawy. Podobnie nawiązano do tej samej wartości w *Morgonstudion*. W wyemitowanym fragmencie wywiadu z amerykańskim kongresmenem ten podkreślił, że najważniejszy jest sprawiedliwy proces i możliwość wysłuchania obu stron. Tym razem jednak, wartość, jaką jest sprawiedliwość, została przekazana widzom w sposób bezpośredni. W *Nyhetsmorgon* nawiązano do sprawiedliwości nieco inaczej. Podczas odcinka nie zabrali głosu politycy lub prawnicy, lecz szwedzkie społeczeństwo. W programie pokazano fragmenty protestów w Sztokholmie, podczas których pojawiały się hasła nawołujące do oddania sprawiedliwości niewinnemu Amerykaninowi i w konsekwencji wypuszczenia go z aresztu. Nazwa wartości, podobnie jak w *Morgonstudion*, pojawiła się wówczas w programie w sposób bezpośredni. W pierwszych dwóch programach opinie dotyczące wartości, jaką jest sprawiedliwość, były wypowiedziane jednak przez osoby związane zawodowo z prawem, a w *Nyhetsmorgon* głos zabrała nie jednostka, lecz szwedzkie, a dokładniej sztokholmskie społeczeństwo. Warto zaznaczyć, że jest ono wielokulturowe i wśród niego są także fani aresztowanego artysty, których głosy nie są ani profesjonalne, a więc bazujące na wiedzy prawnej, ani obiektywne, ze względu na opowiadanie się nie za osobą neutralną, a za swoim idolem. Przekaz wartości prezentowanych przez *Morgonstudion* można uznać zatem za bardziej obiektywny i nieemocjonalny, a przez to dający także możliwość samodzielnej interpretacji oglądającym go widzom.

Ostatnim wśród wybranych tematów, w ramach omawiania którego pojawiła się wartość, jaką jest sprawiedliwość, jest sprawa impeachmentu Donalda Trumpa. Tym razem sprawiedliwość dotyczy złamania przysięgi złożonej przez głowę państwa – prezydenta USA – nie stosującego się do odpowiedzialności konstytucyjnej. Donald Trump został postawiony przed sądem za nadużycie władzy, co oznacza, że sprawiedliwość dotyczy w tym wypadku rozwiązania bieżącej sprawy, jednak mającej

bezpośredni związek z przeszłością, a więc złożoną przez prezydenta przysięgą dotyczącą sposobu sprawowania swoich obowiązków.

W każdym z trzech programów podczas omawiania tego tematu można zauważyć zarówno podobieństwa, jak i różnice w sposobie prezentacji wartości, jaką jest sprawiedliwość. Zarówno w amerykańskim programie, jak i jego szwedzkich odpowiednikach, sprawiedliwość nie zostaje bezpośrednio nazwana, a wyłącznie omówiona w sposób pośredni. Natomiast to, jak wartość ta została zaprezentowana, różni się w każdej z telewizji. Podczas gdy w *Today* jedynie nawiązano do słów Nancy Pelosi, która zaznaczyła, że nikt nie stoi ponad prawem, w *Morgonstudion* wyemitowano jej wypowiedź, co dzięki połączeniu słów z obrazem dało przekaz multimodalny, a przy tym bezpośredni, bez możliwości manipulowania cytatem. Fragment wypowiedzi Amerykanki nie został skomentowany czy omówiony przez prezenterów, co pozostawiło możliwość samodzielnej oceny widzom. W *Nyhetsmorgon* natomiast zaprezentowano zarówno fragment wypowiedzi Nancy Pelosi, jak i wypowiedź Joe Bidena. Obie nawiązywały do wartości, jaką jest solidarność, i oba te fragmenty skomentowano w programie. Co więcej, zrobiono to w sposób jednoznacznie kładący winę po stronie amerykańskiego prezydenta.

Wynika z tego, że wartość, jaką jest sprawiedliwość, najczęściej prezentowana jest czytelnie (w przekazie multimodalnym łączącym słowo i obraz) i jednocześnie najbardziej obiektywnie w programie *Morgonstudion*. Sposób taki pozwala widzom na własną ocenę prezentowanej w programie sprawy.

Kolejną wartością, omawianą w kilku wybranych do analizy tematach, jest bezpieczeństwo. Wartość ta pojawia się podczas omawiania ruchu #MeToo, Międzynarodowego Dnia Kobiet, sprawy A\$APa Rocky'ego, pożarów w Kalifornii oraz Parad Równości. W każdym z tematów kontekst wspomnianej wartości jest jednak inny. W wypadku ruchu #MeToo bezpieczeństwo jawi się jako wartość nawiązująca do obecnej sytuacji na świecie, który niejednokrotnie okazuje się niebezpieczny dla kobiet. W ramach tematu związanego z Dniem Kobiet bezpieczeństwo odnosi się do konfliktów rodzinnych i walki o zaprzestanie używania przemocy domowej. Podczas omawiania sprawy A\$APa Rocky'ego o bezpieczeństwie mówi się nawiązując do stawania w samoobronie podczas sztokholmskiej bójki. W temacie dotyczącym pożarów w Kalifornii, do wartości, jaką jest bezpieczeństwo, nawiązano w kontekście ratowania

zdrowia i życia w sytuacji alarmowej, a więc trzymania się przez mieszkańców wyznaczonych przez władze nakazów dotyczących m.in. ewakuacji w razie zbliżającego się do terenów ich domów ognia. W temacie o Paradach Równości omawiana wartość nawiązuje natomiast do poczucia bezpieczeństwa przez osoby LGBTQ zarówno na co dzień, jak i podczas samego wydarzenia. Wynika z tego, że kontekst każdego z tematów jest odmienny, co łączy się z przekazywanymi w programach antywartościami, które różniąc się od siebie odpowiadają danemu kontekstowi, a więc są to niebezpieczeństwo, przemoc czy brak tolerancji. Dzięki ich omówieniu, ukazywany w przekazie kontrast pomiędzy tym co dobre, a tym co złe, stał się jeszcze bardziej wyraźny dla widza.

Podczas odcinka dotyczącego ruchu #MeToo, w *Today* wartość, jaką jest bezpieczeństwo, nazwano oraz omówiono w sposób bezpośredni. W rozmowie z Michelle Obamą mówiono o wadze bezpieczeństwa w obecnych czasach oraz potrzebie zmiany w zachowaniu kobiet, zapoczątkowanej dzięki ruchowi #MeToo. W rozmowie ze Staffanem Heimersonem wartość ta nie została nazwana ani omówiona. W *Morgonstudion* skupiono się wówczas na innych wartościach takich jak równość, solidarność czy wolność. W *Nyhetsmorgon* wartość, jaką jest bezpieczeństwo, zaprezentowano w sposób pośredni. Nazwa wartości nie padła w programie, jednak poprzez szczegółowe omówienie rozprawy Martina Timella i podkreślenie możliwości zgłaszania do sądu spraw, które dotyczą molestowania seksualnego, a miały miejsce w przeszłości, nawiązano do jednego z celów całego ruchu, jakim jest poczucie bezpieczeństwa. Programem, w którym wartość, jaką jest bezpieczeństwo, została zaprezentowana najbardziej wymownie, jest *The Today Show*. Podczas odcinka nie tylko nazwano, ale także dokładnie omówiono tę wartość oraz skonstrastowano ją z antywartością jaką jest strach. Antywartość tę dodatkowo ukazano w formie napisu na ekranie, co, tworząc multimodalny przekaz, zwiększyło oddziaływanie perswazyjne na odbiorcę. Dzięki temu przekaz kierowany do widzów stał się klarowny i jednoznaczny.

Do wartości, jaką jest bezpieczeństwo, nawiązano także w ramach tematu dotyczącego Międzynarodowego Dnia Kobiet. Temat ten, w porównaniu do innych wybranych w niniejszej pracy, można uznać za specyficzny, ponieważ w każdym z trzech programów w jego ramach wybrano do prezentacji inne wątki. Punktem wspólnym każdorazowo jest walka o prawa kobiet, jednak odcinki dotyczą różnorodnych kwestii. W *Today* oraz *Nyhetsmorgon* podjęto tematy mające bardzo pozytywny wydźwięk.

Odcinek amerykańskiego programu motywował kobiety do rozwoju osobistego i podejmowania wymarzonych przez siebie zawodów, nawet jeśli zazwyczaj uznawane są one za *stricte* męskie. W odcinku *Nyhetsmorgon* omówiono zaś postęp w ruchu feministycznym, jaki można zauważyć przez ostatnie kilkadziesiąt lat. W programie szwedzkiej telewizji publicznej postawiono na temat o trudnym charakterze. W ramach odcinka omówiono kampanię „No More Excuses” i nawiązano do problemu przemocy domowej, który bezpośrednio łączy się z wartością, jaką jest zarówno psychiczne, jak i fizyczne bezpieczeństwo. Celem *Morgonstudion* było zwrócenie uwagi widzów na powszechnie występujący problem, co ostatecznie niesie za sobą pozytywne skutki, ponieważ więcej osób – w razie bycia obiektem lub świadkiem podobnej do omawianych w programie sytuacji – dzięki niemu będzie wiedziało, jak postępować i gdzie zgłosić się o pomoc. Przez to, że podejmowane w odcinkach tematy różnią się od siebie, same wartości prezentowane w ich ramach również są inne. Ze względu na wspomnianą specyfikę, mowa o bezpieczeństwie pojawia się jedynie w programie *Morgonstudion*, podczas gdy w *Today* oraz *Nyhetsmorgon* skupiono się głównie na nawiązaniach do wartości takich jak solidarność i równość. Wartość, jaką jest bezpieczeństwo, została nazwana i omówiona w *Morgonstudion* bezpośrednio, poprzez nawiązania do bezpieczeństwa kobiet oraz jego wagi w ich życiu codziennym. Dodatkowo skontrastowano ją z antywartością, jaką jest strach, co pozwoliło widzom na jeszcze bardziej czytelny i jednoznaczny odbiór przekazu prezentowanego w odcinku.

Do wartości, jaką jest bezpieczeństwo, nawiązano również podczas omawiania tematu dotyczącego sprawy A\$APa Rocky’ego. Programy, w których pośrednio mówiono o tej wartości to *Today* oraz *Morgonstudion*. W obu z nich kontekst prezentowania wartości nawiązywał do sztokholmskiej bójki, w którą zamieszany był Amerykanin i każdorazowo wyemitowano związany z tym materiał audiowizualny. Przekaz wartości w obu programach był zatem równie czytelny. W *Nyhetsmorgon*, w ramach omawiania tego tematu, skupiono się natomiast na przekazaniu wartości takich jak sprawiedliwość i solidarność.

Bezpieczeństwo to wartość, która pojawiła się również w temacie dotyczącym pożarów w Kalifornii. Pomimo że została ona przekazana widzom w każdym z trzech programów, w sposób bezpośredni zrobiono to jedynie w *Morgonstudion*. W amerykańskim programie *Today* wyróżniono i wydłużono segment dotyczący aktualnej

prognozy pogody, a do zaprezentowania jej zaproszono pracującego w stacji od około czterech dekad Ala Rokera, znanego amerykańskiego synoptyka. Dodatkowo, powiększono w studiu scenę z mapami do prezentacji prognoz, tak aby scenografia odpowiadała wadze omawianej sytuacji. Ani synoptyk, ani prezenterzy nie nazwali wartości, jaką jest bezpieczeństwo, bezpośrednio, jednak poprzez wprowadzenie wspomnianych powyżej elementów, a także przekazanie wszelkich możliwych ostrzeżeń i dzięki przypomnieniu o nakazie ewakuacji, wartość ta została zaprezentowana w sposób pośredni. Co więcej, skonstrastowano ją z przekazaną bezpośrednio antywartością, jaką jest niebezpieczeństwo, przez co przekaz stał się bardziej wyraźny. W *Morgonstudion* wyemitowano wypowiedź burmistrza Los Angeles, którą zapowiedzieli prowadzący, nawiązując do wartości jaką jest bezpieczeństwo bezpośrednio, a więc nazywając ją oraz nawołując mieszkańców zagrożonego stanu – w tym także Szwedów – do niezwłocznej ewakuacji. Dzięki skupieniu się na kluczowych informacjach potrzebnych do opanowania bieżącej sytuacji alarmowej i podkreśleniu roli bezpieczeństwa, przekaz *Morgonstudion* stał się klarowny i wyraźny. W *Nyhetsmorgon* reporterzy podkreślili, że zbyt późna ewakuacja zagraża zdrowiu i życiu mieszkańców Kalifornii, dlatego niezwłocznie powinni oni opuścić swoje domy. Wartość, jaką jest bezpieczeństwo, nie została nazwana bezpośrednio, jednak przez wspomniane nawiązanie do powagi omawianej sytuacji, przekazano ją widzom w sposób pośredni. Wynika z tego, że pomimo iż w *Today* przekaz (głównie dzięki działaniu na kontraście: wartość – antywartość) był wyraźny, po raz kolejny, spośród trzech programów to *Morgonstudion* jest tym, w którym dana wartość przekazana została w najczytelniejszy sposób.

Bezpieczeństwo jako wartość pojawia się także w ramach omawiania tematu dotyczącego Parady Równości. Jedyńm z programów, w którym wartość ta zostaje nazwana i omówiona w sposób pośredni jest *Morgonstudion*. W programie *Today* do wartości tej nawiązano w sposób pośredni, kiedy omówiono motyw rozpoczęcia ruchu wolnościowego dotyczącego walki o prawa osób LGBTQ w latach 60. Podkreślono, że po wielokrotnych nalotach policyjnych na bary gejowskie, ludzie zaczęli w końcu bronić zarówno siebie, jak i swoich praw, przez co z biernych osób stali się oni aktywnymi uczestnikami ruchu. W *Morgonstudion* oraz *Nyhetsmorgon* jednym z gości była ta sama osoba – Vix Victoria Herjeryd, jedna z organizatorek sztokholmskiej Parady Równości. Zapytana w *Morgonstudion* o to, czym różni się parada organizowana w stolicy Szwecji

od tych mających miejsce w innych miastach, odpowiedziała, że w Sztokholmie widać przede wszystkim ogromną współpracę straży miejskiej oraz policji z organizatorami oraz uczestnikami, czego rezultatem jest duży stopień bezpieczeństwa zachowywany corocznie podczas całego wydarzenia. W *Nyhetsmorgon* pytanie to zadano innemu z ekspertów, który zwrócił uwagę na dwa podejścia zauważalne w ramach tego tematu na świecie. Jak przyznał, z jednej strony, można wyróżnić państwa, które z roku na rok poprawiają zarówno prawne jak i społeczne warunki dla osób LGBTQ w swoich krajach. Z drugiej zaś strony, są także kraje z polityką o konserwatywnych poglądach, które pomimo upływu dekad nie wychodzą naprzeciw osobom LGBTQ i nie pomagają im zaadaptować się w społeczeństwie. Vix Victoria Herjeryd, podobnie jak w wypowiedzi w *Morgonstudion*, dodała, że w Szwecji widać wsparcie nie tylko ze strony mieszkańców, ale także władz, które pilnują, aby parady odbywały się bez zamieszek i według planu. Wartość, jaką jest bezpieczeństwo, nie została tym razem nazwana, jednak poprzez wspomniane wypowiedzi nawiązano do niej w *Nyhetsmorgon* pośrednio.

Bezpieczeństwo jest zatem następną z wartości, która została przekazana w *Morgonstudion* w najbardziej czytelny sposób ze wszystkich wybranych do analizy programów porannych. To w odcinkach emitowanych w szwedzkiej telewizji publicznej wartość ta była najczęściej nazywana bezpośrednio, dzięki czemu jej przekaz miał największą możliwość, aby trafić do oglądających program widzów.

Kolejną wartością, która pojawiła się w więcej niż jednym spośród dziesięciu wybranych tematów, jest solidarność. Wartość ta omawiana jest w ramach tematów takich jak ruch #MeToo, Międzynarodowy Dzień Kobiet, sprawa kongresmerek i Donalda Trumpa oraz sprawa A\$APa Rocky'ego. W każdym z programów solidarność ukazana jest jednak w innym kontekście. W trakcie omawiania tematu związanego z ruchem #MeToo do solidarności nawiązywano w kontekście wspierania kobiet, które doświadczyły jakiegokolwiek formy psychicznej bądź fizycznej przemocy seksualnej. Podczas omawiania tematu dotyczącego Międzynarodowego Dnia Kobiet wartość, jaką jest solidarność, zaprezentowano natomiast w kilku różnych kontekstach zależnie od wybranego w danym programie wątku. W *Today* w ramach Dnia Kobiet nawiązano do wspierania kobiet w środowiskach pracy, w *Morgonstudion* mówiono o solidarności z ofiarami przemocy domowej, a w *Nyhetsmorgon* omówiono zagadnienia związane z feminizmem i walką o prawa kobiet. W ramach omawiania sprawy A\$APa Rocky'ego

solidarność zaprezentowano w kontekście solidaryzowania się zarówno fanów, jak i innych artystów z oskarżonym Amerykaninem. W trakcie omawiania sprawy dotyczącej kongresmerek i Donalda Trumpa do solidarności nawiązano natomiast w kontekście podziękowań za okazane względem czterech kobiet wsparcie ze strony amerykańskiego społeczeństwa.

Należy zwrócić uwagę nie tylko na odmienny kontekst, ale także różnice w samym sposobie prezentacji wartości jaką jest solidarność w każdym z trzech programów. W trakcie omawiania tematu dotyczącego ruchu #MeToo, do solidarności nawiązano jedynie w *Today* oraz *Morgonstudion*, podczas gdy w *Nyhetsmorgon* skupiono się wówczas na wartościach takich jak sprawiedliwość i bezpieczeństwo. Zarówno w *Today*, jak i w *Morgonstudion* wartość, jaką jest solidarność, zaprezentowano pośrednio. Dzięki podkreśleniu wagi odcinka za pomocą aranżacji sceny przed nowojorskim studium oraz zaproszeniu znanych gości, którzy razem z prowadzącymi brali udział w rozmowach dotyczących zarówno sytuacji kobiet na świecie, jak i ich samych, przekaz w *Today* stał się bardzo wiarygodny i wyraźny, dzięki czemu siła jego oddziaływania była większa niż w wypadku *Morgonstudion*. W programie szwedzkiej telewizji publicznej do solidarności nawiązano wówczas jedynie pośrednio poprzez wspomnienie o dużej liczbie osób wspierających ofiary przemocy seksualnej w kontrze do opinii z artykułu Staffana Heimersona.

W ramach tematu dotyczącego Dnia Kobiet w każdym z trzech programów śniadaniowych solidarność omówiono w sposób pośredni. W *Today* przekaz wartości był bardzo wyraźny. Do wypowiedzenia się na żywo zaproszono kobiety wykonujące zawody, niekiedy uchodzące za *stricte* męskie, przez co solidarność było widać zarówno pomiędzy osobami stojącymi na scenie, jak i pomiędzy nimi, a widzami, do których kierowały one swoje słowa. W *Morgonstudion* do solidarności nawiązano natomiast poprzez wspomnienie o możliwych kontaktach do osób bądź organizacji, które zajmują się pomocą osobom mierzącym się z przemocą domową. W *Nyhetsmorgon* zaś solidarność omówiono w kontekście ruchu jakim jest feminizm oraz postępów, jakie widać w związku z nim na przestrzeni ostatnich dekad. Najbardziej czytelnie solidarność zaprezentowano zatem w amerykańskim programie *Today*.

Do solidarności nawiązano także podczas omawiania tematu dotyczącego sprawy kongresmerek i Donalda Trumpa, jednakże tym razem jedynie w programie

Nyhetsmorgon, gdzie została ona nazwana w sposób bezpośredni. W *Today* oraz *Morgonstudion* skupiono się wówczas bowiem głównie na omówieniu wartości, jaką jest sprawiedliwość. W *Nyhetsmorgon* wartość, jaką jest solidarność, zaprezentowano widzom poprzez wyemitowanie krótkiego filmu, w którym kongresmenki podziękowały za solidarność oraz okazane im wsparcie ze strony Amerykanów. Przekaz wartości był zatem czytelny i klarowny dla odbiorców.

Wynika z tego, że po raz kolejny w *Morgonstudion*, jeśli tylko została wspomniana, wartość, jaką jest solidarność, omawiana była w sposób zauważalny dla widza i jednoznaczny. Niemniej jednak, tym razem w *Today* oraz *Nyhetsmorgon* przekazy również były czytelne i wyraźne, co niewątpliwie wpłynęło na bardziej klarowny odbiór prezentowanej wartości przez ich odbiorców.

Wartością, która także pojawia się w trakcie prezentacji więcej niż jednego tematu, jest wolność. Do wartości tej nawiązano przy okazji omawiania ruchu #MeToo, a także sprawy A\$APa Rocky'ego. Za każdym razem wartość ta została jednak przedstawiona w innym kontekście. W ramach ruchu #MeToo nawiązano bowiem do wolności słowa, podczas gdy w czasie omawiania sprawy A\$APa Rocky'ego wartość ta odnosiła się do uwolnienia Amerykanina z aresztu.

W trakcie prezentacji tematu związanego z ruchem #MeToo, do wartości, jaką jest wolność, nawiązano jedynie w programie *Morgonstudion*. W *Today* oraz *Nyhetsmorgon* skupiono się wówczas na prezentacji wartości takich jak sprawiedliwość, bezpieczeństwo czy solidarność. W *Morgonstudion* nazwę wartości, jaką jest wolność, można było usłyszeć bezpośrednio, kiedy prowadzący zapowiadali zaproszonego do studia gościa, Staffana Heimersona, który, jak podkreślili, w swojej nowej książce pisze m.in. o wolności słowa. Przekaz wartości był zatem jednoznaczny, jednak nie pojawił się w formie napisów na ekranie, a jedynie w ustnych wypowiedziach dziennikarzy.

W ramach omawiania tematu dotyczącego sprawy A\$APa Rocky'ego do wartości, jaką jest wolność, nawiązano w *Today* oraz *Morgonstudion*, podczas gdy w *Nyhetsmorgon* skupiono się na wartościach takich jak sprawiedliwość i solidarność. Zarówno w *Today*, jak i w *Morgonstudion* wolność omówiono w sposób bezpośredni, dzięki czemu przekaz wartości był czytelny dla odbiorców obu programów. Co więcej, w każdym z nich przekazano ją nie tylko w formie ustnej, ale także za pomocą wyświetlenia oryginalnego wpisu prezydenta USA na ekranie. Multimodalny sposób

prezentacji zwiększył szansę odbioru omawianej tu wartości przez widzów w obu programach.

Tym razem zatem, zarówno w *Today*, jak i w *Morgonstudion*, przekaz wartości, jaką jest wolność, był równie wyraźny i jednoznaczny. Dzięki multimodalnej formie oraz bezpośredniości przekazu, odbiorcy obu programów bez problemu mogli odczytać omawianą w ramach odcinka wartość.

Inną z wartości, która w ramach omawianych tematów także pojawiła się więcej niż jeden raz, jest odwaga. Wartość ta została zaprezentowana w temacie dotyczącym Dnia Kobiet, aktywności Greta Thunberg na rzecz ekologii, a także tym o Paradzie Równości.

W trakcie omawiania tematu związanego z Międzynarodowym Dniem Kobiet, do wartości, jaką jest odwaga, nawiązano pośrednio w *Today* oraz *Morgonstudion*, podczas gdy w *Nyhetsmorgon* skupiono się wówczas głównie na wartościach takich jak równość czy solidarność. W *Today* do odwagi nawiązano podczas rozmowy z przedstawicielkami zawodów uchodzących często za te przeznaczone głównie dla mężczyzn. Kobiety goszczące w programie miały okazję wypowiedzieć się na scenie na wolnym powietrzu, kierując swoje słowa zarówno do widzów zebranych na miejscu, jak i do osób oglądających program w domu. W rozmowie podkreśliły one, że aby pracować w którymś z reprezentowanych przez nie miejsc pracy, fizyczne predyspozycje nie mają tak dużego znaczenia jak determinacja i upór w dążeniu do celu. Według zaproszonych kobiet to właśnie dzięki odwadze kobiety decydują się na podjęcie zawodów w miejscach takich jak straż pożarna, agencja NASA czy baza wojskowa. W *Morgonstudion*, wartość, jaką jest odwaga, odniesiono natomiast do wątku przemocy domowej i postawy kobiet, które niejednokrotnie dopiero po wielu latach zmagania zbierają się na odwagę, aby poprosić o pomoc. W programie szwedzkiej telewizji publicznej, wartość tę skontrastowano dodatkowo z jej przeciwieństwem, a więc strachem, który na co dzień towarzyszy ofiarom przemocy w rodzinie. Działanie na kontraście pozwoliło odbiorcom na jeszcze wyraźniejsze odczytanie prezentowanego w odcinku przekazu.

Do odwagi nawiązano także w trakcie omawiania tematu dotyczącego działań Greta Thunberg. W programie *Today* wartość ta została przekazana w sposób pośredni w trakcie omawiania heroicznej postawy młodej aktywistki, która zdecydowała się na podróż jachtem z Anglii do USA, aby ograniczyć nadmierną emisję dwutlenku węgla,

którą spowodowałaby droga powietrzna. W *Morgonstudion* do odwagi nawiązano zaś bezpośrednio w czasie omawiania negatywnej reakcji Greta Thunberg na przybycie Donalda Trumpa na konferencję dotyczącą zmian klimatycznych na świecie. Goście w rozmowie z prowadzącymi podkreślili, że postawa Szwedki świadczy o sile i odwadze, które wyraża ona w codziennym zachowaniu oraz decyzjach. W *Nyhetsmorgon* o odwadze mówiono natomiast poprzez nawiązania do przemówienia wygłoszonego przez 16-latkę nie tylko na oczach liderów państw, tak jak ona goszczących na konferencji ONZ, ale także odbiorców mediów, które transmitowały wydarzenie globalnie.

Ostatni temat, w ramach którego mówiono o wartości, jaką jest odwaga, to ten dotyczący Parady Równości. Nawiązano do niej jednak jedynie w programie *Today*, podczas gdy w *Morgonstudion* oraz *Nyhetsmorgon* skupiono się na prezentacji wartości takich jak równość, tolerancja czy bezpieczeństwo. W programie amerykańskim w swojej wypowiedzi Chelsea Clinton przyznała, że chciałaby, aby odwaga osób, które pięćdziesiąt lat temu sprzeciwiły się prześladowaniom osób LGBTQ, została zapamiętana. Wartość została zatem przekazana widzom bezpośrednio.

Wartość, jaką jest odwaga, niejednokrotnie pojawiła się zatem zarówno w *Today*, jak i *Morgonstudion* i w obu tych programach jej przekaz należy uznać za czytelny dla odbiorcy. W obu programach mówiono o niej w sposób bezpośredni, jednak w programie szwedzkiej telewizji publicznej niekiedy nawiązano także do antywartości, aby uzyskać kontrast i tym samym silniej uwidocznić przekaz.

Podsumowując, każda z opisanych powyżej wartości, najwyraźniej zaznacza się za każdym razem w programie *Morgonstudion*. Dzieje się tak ze względu na kilka czynników. W programie szwedzkiej telewizji publicznej przekaz wartości jest najczęściej bezpośredni, w trakcie odcinków zostają one nie tylko opisane, ale także nazwane. Co więcej, niejednokrotnie jest to multimodalny przekaz danej wartości, a więc taki, podczas którego jej nazwa zostaje zarówno wypowiedziana przez prowadzących lub gości, jak i zaprezentowana na ekranie w formie tekstowej. Wszystko to dopełnia częste działanie na kontraście: wartość – antywartość, dzięki któremu przekaz staje się jeszcze bardziej czytelny dla oglądających program widzów. W *Morgonstudion* można zatem najczęściej mówić o wartościach określonych w podziale Jadwigi Puzyniny jako deklarowane. Są one bowiem komunikowane, a więc przedstawiane odbiorcy przekazu, aby go o nich uświadomić. Jeśli wypowiedzi zaproszonych do programu gości, w tym

ekspertów lub innych osób, są szczerze, wówczas wartości te można uznać także za uznawane, a więc zgodne z faktycznymi przekonaniem ich nadawcy.

Program *Today* plasuje się na drugim miejscu pod względem wyrazności przekazywanych w nim wartości. W odcinkach niejednokrotnie można było zidentyfikować prezentowaną w ramach danego tematu wartość, jednak najczęściej był to pośredni sposób przekazu. Niemniej jednak, dzięki charakterowi programu nastawionemu w większej mierze na *show* niż – tak jak w *Morgonstudion* – na przekaz najważniejszych informacji, w wypadku tematów łączonych ze szczególnymi wydarzeniami (dzięki aranżacji formy odcinka) poszczególne części, w tym niekiedy także omawiane wartości, zostają dodatkowo wyróżnione przez co bardziej oddziałują na widza. Przedstawiane w *Today* wartości pośrednie odpowiadają tym, które Jadwiga Puzynina nazywa w swoim podziale wartościami uznawanymi. Wartości te mogą, lecz nie muszą uwidaczniać się w wypowiedziach, tak też osoby zabierające głos najczęściej opisują je nie podkreślając w programie ich nazwy. Tym samym, jedynie nadawca ma o nich pełną wiedzę, a to czy ich przekaz trafi do odbiorcy zależy od czynników takich jak chociażby sam sposób prezentacji czy własna (wpływająca na interpretację) wiedza oglądającego program widza.

W programie *Nyhetsmorgon* wartości przekazywane są w sposób podobny do tego opisanego w wypadku *Today*. Choć niekiedy można usłyszeć nazwy wartości z ust prowadzących lub gości, to jednak najczęściej omawiane są one w sposób pośredni. Podobnie jak w wypadku amerykańskiego programu *Today*, tak i w *Nyhetsmorgon*, pełną wiedzę o przekazywanych wartościach ma zatem jedynie nadawca, a to czy i jak odbierze je widz, zależy m.in. od jego własnych zdolności interpretacyjnych. Wartości te odpowiadają więc tym, które Jadwiga Puzynina w *Języku wartości* nazywa wartościami uznawanymi. Różnicą pomiędzy *Today* a *Nyhetsmorgon* jest zaś to, że w odcinkach szwedzkiego programu telewizji komercyjnej, przekazowi wartości lub antywartości najczęściej towarzyszy komentarz w formie dodatkowej opinii, zmiany tonu głosu lub mimiki wypowiadających się osób, co sugeruje opowiedzenie się po jednej z prezentowanych stron danej sprawy. Przekaz ten staje się zatem bardziej emocjonalny i subiektywny, co daje mniejszą szansę jego neutralnej oceny widzom, którzy nie oglądają programu w sposób krytyczny, a bardziej bierny, nie nastawiony na własne przemyślenia co do prezentowanych treści. W *Nyhetsmorgon*, pomimo że nie często, a jedynie

sporadycznie, można mówić zatem także o tzw. wartościach odczuwanych, czyli takich, które łączą się z emocjami i uczuciami, przez co można odczytać je w zachowaniach parajęzykowych.

5.3. Styl zerowy a amerykańskie i szwedzkie programy poranne

Niniejsza praca ma charakter interdyscyplinarny, ponieważ do badań multimodalnych zawierających analizę kontekstu w szerokim sensie, niezbędna jest metodologia wykorzystująca narzędzia do studiów nad różnymi, także pozajęzykowymi, sytuacjami komunikacyjnymi. Badając medialne wizje świata ukazujące się w telewizjach określonych krajów, bada się prezentowane odbiorcom przekazy zarówno językowe, jak i obrazowe, do czego dochodzą także inne elementy jak chociażby dźwięki, mimika czy gesty. Ważne jest też, aby pamiętać, żeby nie badać ich niezależnie od siebie, a jedynie w połączeniu, ponieważ elementy te wpływają na siebie, uzupełniają się, dając w efekcie dodatkowy sens.

Innym medium audiowizualnym, które działa na podobnych zasadach co telewizja, i przez to w podobny sposób trzeba je analizować, jest film. Należy jednak od razu zaznaczyć, że telewizja i film, określane często tak nową sztuką (w porównaniu do np. literatury czy malarstwa), jak i nową formą komunikacji społecznej⁶⁶¹, to nie to samo, i choć posiadają elementy wspólne, różnią się od siebie na różnych polach. Za sztukę, a więc tekst o charakterze artystycznym, należy uznać z tej dwójki jedynie film. Choć programy telewizyjne, podobnie jak filmy, posiadają swoje scenariusze, element bycia na antenie „na żywo”, wprowadza do przekazu aspekty, których w filmie nie doświadczymy (np. spontaniczne wypowiedzi, mimika lub gesty prowadzących lub gości). W obu wypadkach ważne jest jednak opowiadanie historii, a więc narracja. Tak w filmie, jak i programie telewizyjnym, wszystkie składniki opowiadania znajdują się na ekranie. Czy jednak film i/lub telewizja oddają rzeczywistość taką, jaka ona jest, czy bardziej konstruują jej obrazy⁶⁶²? Z wcześniejszych rozdziałów wiadomo już, że jest to to drugie. Tę samą opowieść czy temat można przedstawić bowiem na różne sposoby – od nadawcy

⁶⁶¹ M. Przyłipiak, *Kino stylu zerowego: dwadzieścia lat później*, Gdańsk 2016, s. 52.

⁶⁶² Ibidem, s. 57-59.

zależy, jaką metodę wybierze, a od umiejętności interpretacji oraz wiedzy odbiorcy to, jak przekaz ten zostanie odczytany.

Będąc badaczem warto dostrzec jednak, że nie tylko świat tekstów kultury, ale też samych sposobów tworzenia i badania jej form, jest intertekstualny. Możliwość odnalezienia relacji istniejących pomiędzy tekstami oraz ich konstrukcjami uzależniona jest jednak od znajomości innych tekstów przez członków procesu komunikacyjnego⁶⁶³. Intertekstualność jest sferą relacji pomiędzy tekstami, a zatem siatką znajdujących się między nimi odniesień. Jej główna definicja, zaproponowana w 1969 roku przez Julię Kristevę, badaczkę dzieł Michaiła Bachtina, mówi o nowych tekstach jako o „mozaice”, składającej się z innych dzieł, jednak termin ten można odnieść także do czerpania ze sposobu samej aranżacji, konstrukcji, tworzenia czy kształtowania danego tekstu, czyli jego języka wypowiedzi⁶⁶⁴. Oznacza to, że podobieństw dotyczących telewizji i filmu można szukać nie tylko w tym, co prezentują, ale także w tym, jak to robią. Nie wyłącznie treść, ale także forma mówi bowiem o tym, co nadawca chce przekazać odbiorcy, a zatem jednocześnie jest to świadectwo tego, co uważa on za ważne. Jako że celem każdej pracy naukowej powinno być odnalezienie czy też zauważenie i zbadanie elementów, które mogą łączyć się z wybranym do badań tematem, a które nie zostały do tej pory zestawione, warto przyjrzeć się temu aspektowi.

Przyzwyczajenie do typowego, ponieważ często występującego i znanego od dekad, rodzaju warstwy estetycznej (tak w filmach, jak i w badanych w tej pracy programach porannych) może skutkować zubożeniem odbiorców na formę, co w konsekwencji przejawia się mniejszym skupieniem na ogólnym przekazie, który konstruowany jest poprzez połączenie kilku elementów, nigdy zaś jako fragmenty niezależne od siebie. Wprowadzenie w tym wypadku innowacji lub po prostu alternatywy, a więc przekazania treści za pomocą innej, jednak wciąż wyraźnej i jednoznacznej, skonstruowanej formy, może skutkować – i najczęściej skutkuje – większą koncentracją odbiorcy na całokształcie przekazu. Tak jak zostało zaznaczone w rozdziale III i czego przykłady można było zaobserwować w analizowanych w rozdziale IV odcinkach, spośród trzech wybranych do badań telewizji, to w szwedzkiej SVT można zauważyć nowe, nieznane do tej pory w programach śniadaniowych rozwiązania

⁶⁶³ R. Nycz, *Tekstowy świat: poststrukturalizm a widza o literaturze*, Kraków 2000, s. 80.

⁶⁶⁴ *Teorie literatury XX wieku. Antologia*, red. A. Burzyńska, M. P. Markowski, Kraków 2006, s. 160.

dotyczące formy przekazu. Pełne tematycznych dekoracji i wielu elementów wystroju wnętrza studia nagraniowego, a także niejednokrotnie wyraźnie podkreślane za pomocą kapitalizacji, neonowych kolorów czy efektów specjalnych napisy pojawiające się na ekranie, zostały w *Morgonstudion* zamienione na minimalistycznie skomponowany układ prezentowanego widzom obrazu. Studio przypominające to znane z wydarzeń wieczornych, a tym samym nadające powagi przekazywanym informacjom oraz zredukowanie elementów wizualnych pojawiających się jako komentarz do wypowiedzi w programie, sprawiły, że odbiorcy szwedzkiej telewizji publicznej mogą bardziej skupić się na słowach wypowiedzianych przez prezenterów i gości. Rezultatem tego jest koncentracja oraz większy krytycyzm względem ukazywanych w programie treści. To z kolei wpływa na wypracowywanie nawyku krytycznego myślenia na co dzień.

W większości filmów, tak jak w większości programów telewizyjnych, forma, a więc wszystkie środki potrzebne do ich zrealizowania (np. scenografia, gra aktorska lub sposób prezentowania się przez dziennikarzy, długość ogniskowej), jest kluczowym elementem przy planowaniu określonego rodzaju przekazu. Im większe bogactwo elementów składających się na formę i tło przekazu, tym trudniej skupić się, po pierwsze: na szczegółowym odbiorze każdego z nich, po drugie: na samych prezentowanych wypowiedziach. Widz zostaje przez to bardziej nakierowany na narzucony za pomocą wspomnianych elementów tok myślenia tworzącego przekaz nadawcy. Jeśli natomiast elementy te stają się mniej zauważalne dla odbiorcy, oznacza to, że forma staje się bardziej przezroczysta. Ta niejako nieobecna forma również jest jednak formą. W świecie filmu nieobecność czy przezroczystość tę nazywa się stylem zerowym. Czym on zatem jest i jakie są jego cechy charakterystyczne, a także jak łączy się to z badanym w tej pracy medium jakim jest telewizja?

Styl zerowy to termin zaproponowany przez Mirosława Przyłipiaka, który, wyznaczając jego cechy i podając przykłady, definiuje go w swojej książce zatytułowanej *Kino stylu zerowego*⁶⁶⁵, a także jej uzupełnionej reedycji: *Kino stylu zerowego. Dwadzieścia lat później*⁶⁶⁶. Termin ten w założeniu odnosił się do opisanego cech amerykańskich filmów z tzw. okresu kina klasycznego, który przypada na dekady od lat 30. do przełomu lat 50. i 60. XX wieku. Większość filmów powstałych w tym okresie w

⁶⁶⁵ Zob. M. Przyłipiak, *Kino stylu zerowego: z zagadnień estetyki filmu fabularnego*, Gdańsk 1994.

⁶⁶⁶ Zob. M. Przyłipiak, *Kino stylu zerowego: dwadzieścia lat...*, op. cit.

USA (a z czasem – dzięki wpływowi amerykańskiemu – także w innych krajach) jest w dużej mierze podobna do siebie. Ich cechą charakterystyczną jest to, że nie zwraca w nich uwagi forma, czyli rozwiązania warsztatowe, a głównie fabuła, a więc treść, którą za pomocą bohaterów przekazuje widzom reżyser. Jest to swego rodzaju filmowa mowa codzienna. Rozmawiając z kimś, najczęściej nie zwracamy bowiem uwagi na to, jak mówi druga osoba (o ile nie robi tego w jakiś szczególny, nietypowy sposób), a na to, co ma do powiedzenia. W kinie stylu zerowego widz nie odczuwa zatem formy, dzięki czemu może bez reszty skupić się na treści filmu⁶⁶⁷. Zasady ogólne łączone ze stylem zerowym to jednoznaczność i zrozumiałość (na co wpływa chociażby dobrze obrany punkt widzenia czy narratywizacja przestrzeni, a więc drugi plan funkcjonujący jedynie w roli tła), obiektywizm i realizm (odpodmiotowanie perspektywy narracyjnej, przewaga form obrazowania oraz opowiadania bezosobowego, a także jak największe podobieństwo do rzeczywistości zewnętrznej), przezroczystość (unieobecnienie formy) oraz oddziaływanie na emocje (identyfikacja emocjonalna, a więc utożsamianie się z bohaterami opowiadającymi historie bliskie widzom)⁶⁶⁸. Kiedy myśli się o wspomnianych aspektach, do głowy przychodzi charakterystyka zaproponowana przez szwedzki program *Morgonstudion*. Co oczywiste, program telewizyjny ma możliwości wcielenia w życie każdej z powyższych cech, chociażby ze względu na to, że występujące w nim osoby to nie aktorzy, lecz prezenterzy bądź goście. Nie odgrywają oni zatem ról, a prezentują informacje, co niejednokrotnie łączy się np. z patrzeniem w kamerę, które w kinie stylu zerowego nie występuje, aby widz mógł niejako „zanurzyć się” w opowiadanej historii i na chwilę zapomnieć, że to nie rzeczywistość, ale film. Jednakże wiele wymienionych powyżej cech faktycznie odpowiada strukturze zaproponowanej przez *Morgonstudion*. Czy zatem można mówić o telewizji stylu zerowego, czego przykładem byłby program śniadaniowy szwedzkiego kanału publicznego? Aby odpowiedzieć na to pytanie, należy wziąć pod uwagę kilka czynników.

Na początku należy nadmienić, że kino stylu zerowego nie dotyczy dzieł, których forma pozostawała całkowicie niezmienną przez kilka dekad. Czas jest bowiem tym, co zawsze niesie za sobą przemiany, rozwój czy ewolucje. Ze względu na to, że filmy (biorąc pod uwagę zmiany technologiczne lub chociażby te dotyczące ewolucji samego

⁶⁶⁷ Ibidem, s. 82-83.

⁶⁶⁸ Ibidem, s. 88.

języka) zmieniają się z biegiem lat i produkcje wykonane w stylu zerowym w latach 50. XX wieku są inne niż te stworzone dwie dekady wcześniej, oczywistym jest, że różnice w jego formie można zauważyć także w filmach, które powstają obecnie i odpowiadają cechom opisywanego tu stylu. Czy zatem pomimo zakończenia okresu amerykańskiego kina klasycznego wciąż można jednak mówić o filmach realizowanych w stylu zerowym? A idąc dalej, czy można niejako przełożyć jego cechy na inną formę przekazu, taką jak omawiana w tej pracy telewizja?

Kwestia tego, czy styl zerowy wciąż istnieje i można przypisywać go w takiej samej bądź zmienionej formie nowym filmom, czy też należy uznać go za coś, co wygasło razem z zakończeniem amerykańskiego kina okresu klasycznego, a więc z rokiem 1960, podlega wielu dyskusjom. Najczęściej można spotkać trzy poglądy na ten temat. Pierwszy z nich mówi o tym, że styl zerowy – zarówno jego kino, jak i sama kategoria – w niezmienionej formie wciąż jest na świecie aktualny i popularny, co łączy się z tym, że wiele filmów ściśle trzyma się jego wytycznych. Drugi pogląd zakłada, że styl zerowy przestał istnieć, ponieważ większość powstających obecnie filmów zrywa z łączonymi z nim zasadami i można kwalifikować je zatem jako te należące do nurtu kina postklasycznego. Trzeci pogląd to natomiast ten, według którego filmy realizują obecnie fundamentalne założenia kina stylu zerowego, jednak robią to w inny sposób niż oryginalnie w kinie amerykańskiego okresu klasycznego⁶⁶⁹. Mirosław Przyłipiak, twórca opisywanego tu terminu, opowiada się za drugą z nich, a więc tą, która mówi o tym, że obecnie filmy (choćby dzięki dużemu postępowi technologicznemu i otwartości widowni na bardziej ekscentryczną formę) odbiegają już od założeń stylu zerowego i najczęściej realizowane są w inny sposób⁶⁷⁰.

Jeśli założyć, że cechy łączone z opisywanym tu stylem zerowym wpływają na przezroczystość dzieła, to teorię tę można przenieść także na inne formy sztuki i/lub przekazu. I choć trudno byłoby dziś łączyć go z np. literaturą, to jedną z nich mogłaby być telewizja. Szwedzki program *Morgonstudion* byłby tu przykładem reprezentującym styl zerowy, podczas gdy opisywane w pracy *Today* oraz *Nyhetsmorgon* można uznać za jego przeciwieństwa. W *Morgonstudion* możemy zaobserwować bowiem zarówno jednoznaczność i zrozumiałość (na co wpływa chociażby narratywizacja przestrzeni, a

⁶⁶⁹ Styl zerowy, <https://www.youtube.com/watch?v=XooZTgvpVzc> [dostęp: 20.04.2022]

⁶⁷⁰ Ibidem.

więc drugi plan funkcjonujący jedynie w roli tła, ale też stosowany w programie język, a w tym bezpośrednio w wyrażaniu ważnych dla tematu tej pracy wartości), brak subiektywizmu (przewaga form obrazowania oraz opowiadania bezosobowego), przezroczystość (unieobecnienie formy) oraz oddziaływanie na emocje (identyfikacja emocjonalna – utożsamianie się z gośćmi programu opowiadającymi historie bliskie widzom). Odbiorca skupia się zatem na historii i jej bohaterach, czyli na przekazywanej treści, nie zaś na formie. W *Today* oraz *Nyhetsmorgon* forma jest obecna i doskonale widoczna dla widza, a przekaz najczęściej bywa subiektywny i nie zawsze jest jednoznaczny, przez co może być (przynajmniej dla niektórych) niezrozumiały. Ludzkie historie, które tak w nich, jak i w programie szwedzkiej telewizji publicznej, są głównym ich tematem zostają z jednej strony uzupełnione, a z drugiej niejako przysłonięte wypełnioną wieloma elementami formą. Uwaga widza nie skupia się już bowiem jedynie na przekazywanej przez bohaterów treści.

Tym, w czym niewątpliwie może pomagać kategoria stylu zerowego, są zatem studia porównawcze. Styl zerowy jako idea staje się bowiem płaszczyzną odniesienia, dzięki której można zauważyć omawiane w dziełach czy środkach przekazu aberracje. Na tle elementów prowadzących do obrazu, który cechuje swego rodzaju minimalizm, każde z odchyłeń od normy staje się bardziej widoczne. Wszystko to, ponieważ, jak podkreśla Mirosław Przyłipiak: „Odmienności nie unieważniają stylu zerowego jako narzędzia analizy, przeciwnie – wzmacniają jego znaczenie. Pomaga on bowiem dostrzec to, co najważniejsze: język wypowiedzi artystycznej. A przecież to język decyduje”⁶⁷¹. Jak zostało już bowiem wspomniane, zarówno posiadający wiele wyraźnych dla oka czy ucha elementów styl przekazu, jak i brak uobecnienia formy jest formą. Tylko nie zapominając o niej, a łącząc ją z analizowaną w przekazie treścią, możemy uzyskać pełen obraz stworzonego i/lub przekazywanego przez autora obrazu świata.

Formalna przezroczystość, tak w filmie, jak i w programie telewizyjnym, pomaga widzowi na skupieniu się na tym, co najważniejsze, a więc historii, wypowiedziach, treści przekazywanej przez nadawcę. To dzięki niej oraz, co ważne, krytycznej interpretacji widza, prezentowany przekaz ma szansę trafić do odbiorcy w jak najmniej zniekształconej formie. I choć klasyczny okres kina amerykańskiego, z którym łączy się styl zerowy już się zakończył, tak sama kategoria jest niezwykle użyteczna, przez co nie

⁶⁷¹ M. Przyłipiak, *Kino stylu zerowego: dwadzieścia lat...*, op. cit., s. 296.

warto o niej zapominać, a bardziej uznać, że sama idea wciąż może być wykorzystywana do badań komunikatów audiowizualnych, a w tym zwłaszcza – do badań porównawczych. Można bowiem wykorzystać ją jako inspirację do myślenia o cechach i celach środków przekazu.

Podsumowując rozdział V należy zwrócić uwagę na kilka kluczowych aspektów. Typem wartości, który w ramach analizowanych w tej pracy odcinków porannych programów telewizyjnych pojawiał się najczęściej, są wartości moralne. Można je podzielić na wartości *moralne społeczne*, a zatem dotyczące relacji międzyludzkich (np. solidarność, tolerancja), jak i wartości *moralne osobiste*, które wiążą się z człowiekiem indywidualnie (np. odwaga). Choć w każdym z trzech wybranych do badań programów, czyli zarówno w amerykańskim *Today*, jak i szwedzkich *Morgonstudion* oraz *Nyhetsmorgon*, omawiane były one często, to w sposób bezpośredni, z podaniem ich nazw, jak i multimodalny (wartości przekazywane na ekranie) prezentowano je głównie w programie szwedzkiej telewizji publicznej. W *Today* oraz *Nyhetsmorgon* można mówić o przedstawieniu wartości w sposób pośredni, a więc o omówieniu ich w sposób mniej jednoznaczny i klarowny niż w *Morgonstudion*. W obu komercyjnych programach można jednak także dostrzec w tej kwestii pewne różnice. Podczas gdy w *Today* prezentowane wartości to – wedle podziału Jadwigi Puzyniny – tzw. wartości uznawane, a więc takie, o których wiedzę podczas przekazu ma ich nadawca, a odbiorca dociera do nich dzięki interpretacji, tak w *Nyhetsmorgon* oprócz nich niekiedy można zauważyć także tzw. wartości odczuwane, a zatem te, które łączą się z emocjami, przez co można odczytać je m.in. w zachowaniach pozajęzykowych, takich jak np. mimika czy gesty. W rezultacie, przekaz może być niejednoznaczny lub mało precyzyjny, przez co sam odbiór staje się bardziej dowolny. Pojawiające się w *Morgonstudion* tzw. wartości deklarowane, są zatem prezentowane najbardziej czytelnie – dzięki podaniu ich nazw, pełną wiedzę ma o nich tak nadawca, jak i widz programu.

Ważna jest także sama zakładana przez wybrane programy funkcja ich przekazu oraz to jak (np. poprzez wybór tematów i sposób prezentacji) starają się one ją ukazywać. Rzadko zdarza się, aby program (zwłaszcza poranny, łączący wiele różnorodnych segmentów) nastawiony był jedynie na jedną z nich. Najczęściej łączy się ze sobą funkcje: rozrywkową, informacyjną i edukacyjną, jednak każdorazowo jedna bądź dwie z wymienionych wychodzą na pierwszy plan, spełniając najważniejszą rolę oraz definiując jednocześnie charakter danego przekazu i całego programu. W wypadku amerykańskiego programu *Today* głównie przeplata się funkcja informacyjna i rozrywkowa, z większym naciskiem na tę pierwszą, a w *Nyhetsmorgon* rozrywkowa i informacyjna, gdzie to rozrywka często gra główną rolę. W *Morgonstudion* łączą się natomiast głównie funkcje edukacyjna i informacyjna - edukacja jest oficjalną misją stacji SVT, pod którą podlegają wszystkie jej produkcje, podczas gdy nastawienie na informację, bardziej niż rozrywkę, to jedno z założeń realizowanych przez szwedzki program śniadaniowy od jego powstania w 2017 roku.

Wartym uwagi aspektem jest także to, jak w każdym z programów przedstawiany jest wizerunek kraju, którego dotyczy omawiany w danym odcinku problem społeczny. Podczas gdy za każdym razem Szwecja przedstawiana jest jako państwo, które albo zapobiega problemom społecznym i/lub proponuje ich rozwiązania (np. edukowanie w sprawie postępujących procesów ocieplenia klimatu), albo niezwłocznie je naprawia (np. wystosowanie przeprosin po niefortunnej reklamie H&M), USA jawią się jako kraj, który nie tylko często spotyka się z takimi problemami, ale niejednokrotnie także odczuwa skutki związanych z nimi konfliktów na różnym tle (np. rasistowskie zachowania czy niezgodne z prawem decyzje ze strony głowy państwa). Sprawia to, że obraz promowanych w Szwecji wartości jest ukazywany przez media jako pozytywny, w przeciwieństwie do negatywnego, łączonego w tym kontekście ze Stanami Zjednoczonymi. Co ważne, wizerunki te nie wynikają jedynie ze sposobu prezentacji danych tematów, a głównie z faktycznych działań wykonywanych w każdym z dwóch omawianych tu państw. Oznacza to, że pomimo opisanych wcześniej licznych różnic w przekazach każdego z programów (np. większej obiektywności i mniejszej manipulacji ze strony *Morgonstudion* niż *Nyhetsmorgon* czy *Today*), to nie jedynie sam sposób ich przekazu wpływa na obraz wartości promowanych przez dany kraj, lecz rzeczywiste wykonywane w jego obrębie działania. Wynika z tego, że żadna z trzech telewizji – mimo

ważnych i zauważalnych, wspomnianych już odmiennie w sposobie prezentacji – nie ma na celu każdorazowego stawania po jednej ze stron sporów oraz tuszowania pojawiających się problemów społecznych.

Każdy z omawianym w pracy przekazów jest przekazem multimodalnym, tak też zarówno strona językowa, jak i formalna ma w wypadku badań nad nimi kluczowe znaczenie. Założenia formalne programu *Morgonstudion* odbiegają od tych obranych w *Today*, *Nyhetsmorgon* i innych, typowych dla tego gatunku produkcjach. W programie szwedzkiej telewizji publicznej widoczna jest charakterystyczna dla tzw. stylu zerowego przezroczystość formy. Przejawia się ona w braku elementów mogących odwrócić uwagę odbiorcy od przekazywanej w odcinku treści, a także w koncentracji na narracji skupiającej się wokół historii ludzi będących ich bohaterami. Większa niż w znanych do tej pory programach śniadaniowych powaga, a także skupienie i nastawienie na bezpośredni przekaz informacji skutkują z kolei wypracowywaniem nawyku krytycznego myślenia wśród widzów.

ZAKOŃCZENIE

Przeprowadzona w niniejszej pracy analiza fragmentów amerykańskich i szwedzkich programów porannych miała na celu ukazanie tego, jak przez tworzone w ich ramach wizje świata, media kształtują system aksjologiczny w USA i Szwecji. *Kształtować* system aksjologiczny przez media, oznacza tyle, co *konstruować* medialne wizje świata, które zawierają odpowiadającą danej społeczności hierarchię wartości. Obraz wartości danej wspólnoty ukazuje się bowiem zarówno w językowym obrazie świata, a więc ponadjednostkowym obrazie rzeczywistości społeczno-kulturowej zawartym w strukturach treści językowych, jak i jego medialnej wizji, tak też zawsze jest ich częścią.

W rozprawie obrałam tzw. słabszą postać perspektywy konstruktywistycznej, która mówi o tym, że człowiek nie konstruuje świata (tak jak w wypadku postaci perspektywy „mocnej”), lecz jedynie tworzy jego obrazy czy wizje i każdorazowo robi to z pewnego punktu widzenia, przez co różnią się one w zależności od kreującego je podmiotu. Wiedza człowieka nie dotyczy tym samym świata pojmowanego w sposób obiektywny, ponieważ ten nie jest dostępny bezpośrednio. Wiedza ta dotyczy konstruktów, które stwarza umysł każdego z nas. Media nie przekazują więc obiektywnej relacji z wydarzeń, lecz komunikują o nich – w wypadku telewizji: za pomocą języka oraz obrazu – i przedstawiają z wybranego przez nie medialnego punktu widzenia. Szczególnie ważna jest zatem nie tylko wiedza odbiorcy o świecie, ale i jego kompetencja komunikacyjna, a w tym także sama umiejętność krytycznego odczytywania przekazów konstruowanych i przekazywanych przez media.

Ważna dla tej pracy telewizja, dzięki specyfice swojego języka, kreuje nie tylko audiowizualne obrazy rzeczywistości, ale też kształtuje pewne rodzaje świadomości ich odbiorców⁶⁷². Dzieje się tak, ponieważ język jest narzędziem komunikacji, za którego pomocą można zarówno coś przekazać czy wykonać, jak i na coś wpłynąć⁶⁷³. Społeczeństwa medialne, a więc także interesujące mnie w niniejszej pracy: amerykańskie oraz szwedzkie, konstruują obrazy rzeczywistości w dużej mierze na

⁶⁷² J. Bralczyk, *Język...*, op. cit., s. 31.

⁶⁷³ J. L. Austin, *Jak działać słowami*, [w:] tegoż, *Mówienie i poznawanie: rozprawy i wykłady filozoficzne*, Warszawa 1993, s. 554.

podstawie obserwacji innych osób, w tym głównie tych prezentujących w mediach własne, subiektywne interpretacje otaczającego świata. Komunikaty językowe (i niejęzykowe) wywierają wpływ na wiedzę oraz działania jednostki i społeczności. Poprzez wymianę komunikacyjną z innymi człowiek konstruuje i reinterpretuje swój świat.

Moim zamierzeniem w pracy było przebadanie oraz opisanie sposobów konstruowania medialnych wizji świata oraz ukazywanych w ich ramach hierarchii wartości w Stanach Zjednoczonych i Szwecji. W analizie zwracałam uwagę na sposób prezentowania w telewizji wartości społecznych i kulturowych propagowanych w dwóch odmiennych kulturach – amerykańskiej oraz szwedzkiej. Hipotezą, którą starałam się udowodnić jest to, że pomimo iż pierwsza z nich, a więc amerykańska, będąc pionierem telewizji, często uchodzi za wzór sposobów prezentacji tematów, to druga, a więc szwedzka, wyznacza jakość współczesnej telewizji oraz przekazywane za jej pomocą kryteria wartościowania. Sposób, w jaki nadawcy konstruują przekazywane widzom treści, a w tym, jak wyróżniają w nich wartości, jest tak ważny, ponieważ może wpływać na to, które z nich odbiorcy uznają za słuszne i godne wyznawania. Wartości – w tym także te przekazywane przez media – stają się zatem czynnikiem wpływającym na kształtowanie wizji rzeczywistości nosicieli języka i w rezultacie konstytuują ich społeczno-kulturową tożsamość. Są one adaptowane przez członków danego społeczeństwa w sposób naturalny, niewymuszony m.in. w czasie oglądania emitowanych codziennie telewizyjnych programów porannych, ponieważ ich tematem są przede wszystkim ludzie oraz dotyczące ich bezpośrednio zjawiska i problemy.

Wartości mogą być niejako „wrzucone” w tekst, a więc przekazane odbiorcy w sposób bezpośredni. Można komunikować o nich też w sposób opisowy, pośredni, a więc bez podania ich nazwy. Co więcej, zwłaszcza w telewizji wartości można wprowadzać nie tylko za pomocą słów, ale i obrazów. W badaniach multimodalnych, a więc takich jak przeprowadzone w tej pracy, należy analizować każdy z elementów przekazu w korelacji, ponieważ, w każdym z polisemiotycznych przekazów telewizyjnych, nie funkcjonują one w izolacji, a wpływają na siebie w sposób multiplikatywny, tworząc nowe sensy.

Media są także częścią samego systemu społecznego, więc przy ich badaniu należy odnieść konstruowane przez nie przekazy do kultury danej społeczności lub państwa – elementy te powstają bowiem we wzajemnej relacji. Ze względu zaś na różnice

występujące zarówno w komunikatach, jak i samej komunikacji, wiedza oraz wyznawane wartości, a także sposoby postępowania, które najczęściej są ich wynikiem, różnią się w poszczególnych społeczeństwach, co jest założeniem niniejszej pracy i co potwierdziła przeprowadzona w niej analiza.

Studium porównawcze ukazało zarówno podobieństwa, jak i różnice pomiędzy sposobami konstruowania medialnych wizji świata w Stanach Zjednoczonych oraz Szwecji. Różnice te widać na kilku polach. USA proponują tzw. liberalny model medialny, który charakteryzuje się wysokim profesjonalizmem dziennikarskim i małym wpływem polityki państwowej na media. Model ten wyróżnia także dosyć wysoki procent czytelnictwa prasy wśród społeczeństwa, jednak w większej mierze są to czasopisma niż dzienniki. Kluczowa jest w jego ramach również wolność wypowiedzi. Rezultatem tego jest zauważalna kontrola władzy ze strony mediów, która objawia się np. w momencie łamania norm czy przepisów przez reprezentujących kraj urzędników, kiedy media każdorazowo starają się przedstawić sprawę jak najbardziej bezstronnie. W wypadku stacji NBC oferta ma charakter masowy, a stacja finansowana jest głównie z reklam. Stacji komercyjnej (podobnie zresztą jak publicznej PBS, która jest organizacją non-profit) nie finansuje państwo.

Wyznaczniki te potwierdza oferta i sposób prezentowania przekazów przez *Today*. W programie porannym widoczny jest profesjonalizm dziennikarski oraz każdorazowe dążenie do ukazania faktów zgodnie z rzeczywistością. W odcinkach, jeśli omawiany temat dotyczy np. spraw politycznych – w tym głowy państwa (np. temat dotyczący sprawy kongresmenek Izby Reprezentantów, s. 198-202, czy impeachmentu prezydenta USA, s. 238-239) – dziennikarze nie starają się unikać prezentowania faktów, które mogą obarczać winą polityków i/lub urzędników państwowych. W przedstawianych widzom materiałach zawsze pokazywane są wypowiedzi obu stron. Potwierdza to wspomnianą wolność słowa i kontrolę władzy przez media. W nastawionym na *infotainment* *Today* widoczny jest też masowy charakter stacji. Podczas omawiania tematów dotyczących np. ruchu #MeToo (s. 158-164) lub Parady Równości (s. 281-283), przedstawione zostały wypowiedzi znanych osób, w tym działaczy, artystów czy celebrytów (np. Michelle Obama, Lady Gaga, etc.), aby zwiększyć oglądalność poprzez emitowanie wypowiedzi osób popularnych wśród odbiorców.

W Szwecji natomiast, model opisujący kulturę medialną nazywany jest modelem demokratycznego korporacjonizmu lub – niejako odzwierciedlając system polityczny – tzw. medialnym modelem opiekuńczym. Charakteryzuje go bardzo wczesny rozwój wolności prasy oraz jej przemysłu. Ze względu na zakorzeniony w państwie egalitaryzm, a także wynik reformacji, jakim był m.in. rozwój piśmienności, podyktowany chociażby wymogiem czytania Biblii przez każdego z obywateli, już w XVI wieku w Szwecji czytały i pisały wszystkie warstwy społeczne. Wpływało to stopniowo na to, co możemy zaobserwować w Skandynawii obecnie, a więc bardzo wysoki (w tym wyższy niż w USA) procent czytelnictwa dzienników i książek, który łączy się z widoczną w tych krajach chęcią zdobywania wiedzy oraz zasięgania informacji z jak najbardziej rzetelnych źródeł. To, a także założona przez szwedzkie media publiczne misja, która podkreśla kulturę i edukację jako kluczowe aspekty ofert programowych, przekłada się na edukacyjny, nie zaś komercyjny charakter publicznej stacji SVT. W przeciwieństwie do nastawionych na kulturę masową Stanów Zjednoczonych – media publiczne w Szwecji kształtowane są zatem głównie pod kątem edukacyjności, a więc niekomercyjnie i ambitnie pod względem ich nastawienia na użyteczność dla społeczeństwa (w tym: przekazywanie wartości). Nieco inaczej wygląda to w wypadku TV4 ze względu na m.in. inny sposób finansowania, co wiąże się z profilem stacji i wynikającą z niego informacyjno-rozrywkową ofertą, jednak nawet w jej ramach wyraźnie stawia się na wolność słowa i ekspercki charakter programów.

Opisane cechy dotyczące szwedzkich mediów publicznych potwierdzają praktyki zauważalne w *Morgonstudion*. Program nastawiony jest na tematy społeczne oraz związane z nimi debaty, które gospodarze prowadzą tak z ekspertami, jak i innymi osobami goszczącymi w studiu na żywo bądź *online*. W czasie rozmów prowadzący zachowują bezstronność, a same wątki prezentowane są z wielu perspektyw bez wskazywania bądź w jakikolwiek sposób wyróżniania tej, którą mogliby uznać za słuszną (np. wywiad ze Staffanem Heimersonem, s. 164-169). Nastawienie na kulturę i edukację, przejawiające się chociażby w opieraniu się na rzetelnych źródłach oraz przekazywaniu wartości uznawanych w społeczeństwie za ważne, widoczne jest nie tylko dzięki skrupulatnie wybranym wiarygodnym materiałom ukazywanym odbiorcom, ale i w sposobie selekcji gości (częste wizyty naukowców, np. debaty w trakcie tematów

dotyczących Konferencji klimatycznej ONZ, s. 253-255, próby kupna Grenlandii, s. 226-229, czy sprawy kongresmenek z Izby Reprezentantów, s. 202-204).

Wspomniane wcześniej różnice dotyczące sposobów konstruowania medialnych wizji świata w wybranych do analizy stacjach zauważalne są jednak nie tylko pomiędzy USA a Szwecją, ale także między szwedzkim programem porannym komercyjnym a publicznym. W pracy zaznaczyłam, że w porównaniu z tworzonym przez amerykańską komercyjną stację programem *Today* oraz produkowanym w szwedzkiej komercyjnej stacji TV4 *Nyhetsmorgon*, podlegający pod szwedzką publiczną stację SVT *Morgonstudion*, dzięki m.in. jego korelacji z tzw. modelem nordyckim i obranej misji, a w tym ofercie edukacyjnej oraz łączonym z nią określonym sposobem prezentowania i promowania wartości, jest nie tylko wart uwagi, ale i godny naśladowania. *Nyhetsmorgon*, ze względu na swój komercyjny charakter, mniej skupia się zaś na aspekcie edukacyjnym, a bardziej na rozrywce i informacji. Wartości przekazywane są w nim zatem częściej w sposób pośredni, a więc jedynie uznawany, aniżeli bezpośredni, deklarowany. W tworzonych w jego ramach przekazach zauważalny jest też większy subiektywizm ze strony prezentujących informacje dziennikarzy (np. reakcja Sorayi Hashim w odcinku dotyczącym reklamy H&M, s. 151). Co jednak ważne, zarówno jedna, jak i druga szwedzka stacja są neutralne politycznie i – zgodnie z dawnym, jednak wciąż ważnym dla społeczeństwa apelem Olofa Palme – niezależnie od tego czy podlegają państwu czy prywatnym właścicielom, powinny one krytykować ewentualne nadużycia władzy.

Analiza zaprezentowana rozdziale IV pokazała wyraźnie, że każdy z programów odróżnia się pod względem sposobu konstruowania medialnych wizji świata. Widać to dzięki porównaniu elementów branych pod uwagę w badaniu każdego z programów. Podczas analizy wybranych tematycznie fragmentów poszczególnych odcinków *Today*, *Morgonstudion* i *Nyhetsmorgon*, każdorazowo szukałam odpowiedzi na następujące pytania: kto zabiera głos przy omawianiu danego tematu w odcinku? Czy informacje o danym temacie przekazywane są w sposób obiektywny czy subiektywny, a także emocjonalny czy nieemocjonalny? W jaki sposób zabierający głos zwraca się do odbiorcy? Czy wykorzystuje się język potoczny czy naukowy? Czy temat ujęty jest w sposób lokalny czy uniwersalny? Czy określenia odnoszące się do wartości pojawiają się u prowadzących i/lub gości? Jak nazywa się i określa wartości oraz antywartości, o

których mowa w danym odcinku? Jakie środki obrazowe stosuje się w danym programie porannym? W końcu, jaką relację tworzy w nim słowo i obraz?

Aspektem, który jako jedyny okazał się w większości odcinków wspólny zarówno dla *Today*, jak i *Morgonstudion* czy *Nyhetsmorgon* jest uniwersalny sposób prezentacji tematów. W każdym z programów omawiane wątki przedstawiane są najczęściej w odwołaniu nie do lokalnej, a globalnej perspektywy problemu. Składa się na to zarówno ponadnarodowe ujęcie danego tematu, jak też wielość branż pod uwagę i ukazywanych widzom perspektyw prezenterów oraz gości.

Pozostałe aspekty, których dotyczą wspomniane powyżej pytania badawcze, są w wybranych do analizy programach najczęściej odmienne. Osoby wypowiadające się to w *Today* głównie dziennikarze, goście specjalni i celebryci, a w *Morgonstudion* oraz *Nyhetsmorgon*, oprócz prezenterów, są to przede wszystkim wypowiadający się w danej dziedzinie eksperci. Różnica dotycząca tego aspektu w dwóch szwedzkich programach polega na tym, że w *Morgonstudion* eksperci ci to nie tylko – jak w wypadku *Nyhetsmorgon* – osoby mniej lub bardziej znające się na omawianym temacie, a głównie naukowcy, w tym także wykładowcy uniwersyteccy, co zwiększa rzetelność prezentowanych w nim informacji. Szwedzki program śniadaniowy telewizji publicznej jest także tym, w którym sposób przekazu tak ze strony prowadzących, jak i gości, jest najbardziej obiektywny oraz nieemocjonalny, w przeciwieństwie do *Today* oraz *Nyhetsmorgon*, w których często prezentowane są subiektywne wypowiedzi o emocjonalnym charakterze (np. sugerowanie własnych opinii poprzez słowa, gesty lub mimikę dziennikarzy i/lub gości).

Sposób zwracania się do odbiorcy, a także sam język stosowany w wypowiedziach również różni się pomiędzy programami wybranymi do badań w tej pracy. W amerykańskim *Today*, język, jakim posługują się prezenterzy oraz goście, można określić jako neutralny, a niekiedy nawet potoczny. Niejednokrotnie używane jest także tzw. „my” inkluzywne, co jeszcze dodatkowo zmniejsza dystans nie tylko między prowadzącymi a gośćmi w studiu, ale także pomiędzy nadawcami programu a widzami. Język używany w *Morgonstudion* to natomiast język formalny oraz naukowy. W szwedzkim programie śniadaniowym telewizji publicznej rezygnuje się z charakterystycznej dla magazynów porannych wychodzącej na pierwszy plan rozrywki na rzecz informacji oraz edukacji, które zapisane są w misji szwedzkich mediów publicznych oraz są celem nowej wersji

programu emitowanej od 2017 roku. W *Nyhetsmorgon* zaś, język, którego używa się w programie wyraźnie zależy od omawianego w danym fragmencie odcinka tematu. Naprzemiennie jest to język formalny lub potoczny. Pierwszy występuje w wypowiedziach dotyczących tematów o poważnym charakterze, drugi zaś wtedy, gdy prezentowane wątki dotyczą „lekkiej” publicystyki.

Prezentacja wartości w każdym z programów również jest odmienna. Podczas gdy w *Today* oraz *Nyhetsmorgon* nawiązuje się do nich sporadycznie i omawia jedynie pośrednio, tak w *Morgonstudion* o wartościach mówi się dosyć często i niemal za każdym razem jest to bezpośredni sposób przekazu. Według zatem zawartego w *Języku wartości* podziału Jadwigi Puzyniny, wartości, które prezentowane są w *Today* oraz *Nyhetsmorgon* można nazwać uznawanymi lub odczuwanymi (omawia się je pośrednio, a więc pełną wiedzę ma o nich jedynie nadawca), a w *Morgonstudion* deklarowanymi (ich nazwa pojawia się w programie bezpośrednio).

Forma wizualna to kolejny aspekt ukazujący różnice pomiędzy programami wybranymi do analizy w tej pracy. W *Nyhetsmorgon* relacja słowa i obrazu jest nierozzerwalna, a w *Today* oprócz tego dodatkowo często stawia się na *show* (np. tworzenie tzw. wydań specjalnych, które wzbogaca niecodzienna aranżacja studia i/lub obecność bardzo znanych osobistości). Przeciwnie w *Morgonstudion*, gdzie stawia się na minimalizm oraz tworzy się odcinki z wykorzystaniem jedynie niezbędnych pomocy wizualnych. W szwedzkim programie telewizji publicznej głównym elementem przekazu są informacje przekazywane ustnie. Sprawia to, że widz ma możliwość bardziej obiektywnie i krytycznie ocenić omawiany w danym momencie temat, ponieważ mniej elementów rozprasza jego uwagę.

Jakie wartości promuje każdy z wybranych do analizy tematów i w jaki sposób prezentowane są one widzom? Typem wartości, który zarówno w *Today*, jak i *Morgonstudion* oraz *Nyhetsmorgon* pojawiał się najczęściej, są wartości moralne. Można je podzielić na wartości *moralne społeczne*, a więc takie, które dotyczą relacji międzyludzkich (np. solidarność, tolerancja) oraz wartości *moralne osobiste*, które wiążą się z człowiekiem indywidualnie (np. odwaga). W każdym z badanych programów pojawiały się one często, jednak sposób ich prezentacji był odmienny. Podczas gdy w *Today* oraz *Nyhetsmorgon* omawiano je głównie w sposób pośredni, a więc opisowy, niejednoznaczny, w *Morgonstudion* niejednokrotnie można było nie tylko bezpośrednio

usłyszeć ich nazwę, ale też zobaczyć ją w formie tekstowej prezentowanej na ekranie. W programie porannym szwedzkiej telewizji publicznej wartości przekazywane są w sposób bezpośredni. Dzięki multimodalnemu sposobowi prezentacji, przekaz wartości stał się jeszcze bardziej widoczny dla widzów. Biorąc pod uwagę same programy komercyjne również można jednak dostrzec pewne różnice. Wartości prezentowane w *Today* to – wedle podziału z *Języka wartości* Jadwigi Puzyniny – wartości uznawane, tzn. takie, o których pełną wiedzę ma jedynie ich nadawca, a widz dociera do nich poprzez własną interpretację. W *Nyhetsmorgon* natomiast, oprócz nich, niekiedy można mówić też o wartościach prezentowanych w sposób jeszcze mniej klarowny. Są to tzw. wartości odczuwane, a więc takie, które łączą się z emocjami, przez co można odczytać je m.in. w zachowaniach pozajęzykowych, np. mimice lub gestach. W rezultacie, przekaz może być mało precyzyjny, a zatem często też dwuznaczny, przez co sam odbiór staje się bardziej dowolny. Tzw. wartości deklarowane, które pojawiają się w szwedzkim *Morgonstudion*, są więc tymi, których przekaz jest dla widza najbardziej czytelny. Dzięki bezpośredniemu podaniu ich nazw, pełną wiedzę ma o nich zarówno nadawca, jak i odbiorca komunikatu.

Ważnym aspektem przy podsumowaniu studium porównawczego wykonanego w tej pracy jest także to, jak w każdym z trzech programów przedstawiany jest wizerunek kraju, którego dotyczy problem społeczny poruszany w danym odcinku. Medialne obrazy Szwecji oraz USA jawią się bowiem odmiennie. Szwecja prezentuje się głównie jako państwo, które albo zapobiega problemom społecznym i/lub proponuje ich rozwiązania (np. edukowanie na temat postępujących procesów ocieplenia klimatu), albo niezwłocznie je naprawia (np. wystosowanie w ciągu kilku godzin przeprosin dotyczących kontrowersyjnej reklamy H&M). Przeciwnie w wypadku USA. Stany Zjednoczone przedstawiane są bowiem jako kraj, który nie tylko często spotyka się z problemami społecznymi, ale też wielokrotnie prowadzi do związanych z nimi konfliktów w różnych kwestiach (np. zachowania rasistowskie lub niezgodne z prawem decyzje ze strony urzędników państwowych). Porównując medialnie konstruowane wizerunki dwóch krajów wybranych do analizy w niniejszej pracy widać zatem, że tak obraz wartości promowanych w Szwecji, jak i samego państwa, jest ukazywany jako pozytywny, w przeciwieństwie do negatywnego, łączonego w tym kontekście z USA. Jednakże kreowane w mediach wizerunki obu krajów nie wynikają, co ważne, jedynie ze sposobu prezentacji danych tematów. To rzeczywiste działania, które wykonywane są w

każdym z tych państw mają wpływ na ich ostateczny obraz. Pomimo więc opisanych wcześniej licznych różnic w sposobie konstruowania medialnych wizji świata w każdym z programów (np. większej obiektywności oraz mniejszej manipulacji w *Morgonstudion* niż *Nyhetsmorgon* oraz *Today*), to nie jedynie to, jak tworzony jest przekaz wpływa na obraz wartości promowanych przez dane państwo, lecz działania, które faktycznie wykonywane są w jego obrębie. W każdym z trzech programów pojawia się jednak także wspólna cecha, która wiąże się z wizerunkiem, jaki reprezentuje każde z państw. Żadna z wybranych do badań telewizji – pomimo ważnych i zauważalnych, wspomnianych już odmienności w sposobie konstruowania przez nie medialnych wizji świata – nie staje jednoznacznie po żadnej ze stron sporów oraz nie tuszuje pojawiających się problemów społecznych w kraju i na świecie. Sprawia to, że widz nie jest postawiony w sytuacji, w której prezentowane w którymś z trzech omawianych w tej pracy programów treści narzucają mu tylko i wyłącznie jedną z możliwych perspektyw widzenia, a przez to też rozumienia prezentowanego tematu.

Zajmując się medialną wizją świata i jej wpływem na społeczeństwo, trzeba pamiętać, że chociaż radio i prasa drukowana wciąż są mediami, po które sięga duża część szwedzkiego społeczeństwa, to telewizja, a – ze względu na swoją powszechność i dostępność – głównie telewizja w internecie, jest obecnie jednym z najczęściej wybieranych źródeł informacji publicznej. Zaufanie do instytucji, jakimi są media publiczne w Szwecji skutkuje przekonaniem o rzetelności ich przekazu, co wpływa na utrzymujący się na wysokim poziomie wskaźnik liczby widzów. Szwedzka telewizja publiczna ukierunkowana jest misyjnie, w jej ofercie uwypuklone są zarówno kultura, jak i edukacja. Wyznawane w Szwecji wartości są związane ze wspomnianą kulturą polityczną, ponieważ po części z niej wynikają. W przekazach szwedzkiej telewizji publicznej, w tym w analizowanym w tej pracy *Morgonstudion*, zwraca uwagę unikanie odwołań do kultury popularnej, a więc brak *stricte* komercyjnego charakteru przekazów oraz nastawienie na egalitaryzm, a w tym głównie równouprawnienie, solidarność społeczną i koncyliacyjność⁶⁷⁴. Wartości, takie jak chociażby równość, solidarność oraz szacunek, pojawiają się w trakcie odcinków w sposób bezpośredni.

Szwecja jako kraj, w którym obywatelska aktywność polityczna jest na wysokim poziomie, charakteryzuje się przewagą tematyki społecznej w mediach, co łączy się z ich

⁶⁷⁴ M. Chacińska, *W służbie ludu...*, op. cit., s. 394.

transparentnością, a więc ograniczeniem mediatyzacji zagadnień związanych z polityką, często zauważalnych w amerykańskich przekazach medialnych. W Szwecji widoczne jest także propagowanie poprawności politycznej.

Charakter telewizji amerykańskiej, w tym NBC i programu *Today* można określić jako komercyjny i rozrywkowy, podczas gdy szwedzkiej – jednak tu głównie SVT – jako przede wszystkim edukacyjny. Różnice widoczne są również, kiedy weźmiemy po uwagę także same stacje szwedzkie – komercyjną i publiczną. Profil TV4 nastawiony jest w większości na rozrywkę, podczas gdy SVT niemal od niej ucieka. Przykładem tego jest opisana w rozdziale III zmiana tak w sposobie przekazywania treści, jak i w samej formie programu porannego oferowanego przez szwedzką stację publiczną od 2017 roku. W *Morgonstudion* od pierwszych dni emisji można zaobserwować bardziej formalny charakter programu, który charakteryzuje się większym nastawieniem na *newsy*, a mniejszym na lekką publicystykę i familiarność.

Ważną różnicą pomiędzy państwami europejskimi – i tu zwłaszcza skandynawskimi – a USA jest także tradycja państwa działającego aktywnie, a więc w sposób partycypujący i nieco autorytarny. Kraje takie jak Szwecja, funkcjonujące według modelu nordyckiego, charakteryzują się ingerencją państwa w rynek medialny w tym samym stopniu co w sferze społecznej. Jest to zatem duże zainteresowanie i aktywność widoczna tak na przestrzeni minionych lat, jak i dziś.

Obecnie dostęp do internetu w domu ma ponad 90% tak mieszkańców USA, jak i krajów nordyckich, co w wypadku ostatnich daje najwyższy wynik w Europie⁶⁷⁵. Co więcej, kraje nordyckie są uznawane za najbardziej zaawansowane w technologiach teleinformatycznych (ICT) na świecie⁶⁷⁶. Większość Skandynawów na co dzień korzysta z internetowych wersji prasy, radia i telewizji ze względu na to, że uważane są one w ich krajach za godne zaufania. Pokazuje to, jak bardzo w krajach nordyckich, w tym w Szwecji, widoczne jest przywiązanie do nadawcy pomimo nieuchronnej zmiany w formie odbioru danych kanałów komunikacyjnych – z tradycyjnej na internetową⁶⁷⁷. To natomiast łączy się bezpośrednio z przywiązaniem do odbioru prezentowanych w mediach wizji świata, a także przekazywanych i promowanych w nich wartości.

⁶⁷⁵ Ibidem, s. 208.

⁶⁷⁶ T. Syvertsen, G. Enli et al., *The New Media World...*, op. cit., s. 31.

⁶⁷⁷ M. Chacińska, *W służbie ludu...*, op. cit., s. 209-210.

BIBLIOGRAFIA

Literatura:

Almond, Gabriel, *Comparative Political Systems*, [w:] „The Journal of Politics”, vol. 18, nr 3, University of Chicago Press, Chicago 1956, s. 391-409.

Almond, Gabriel, Verba, Sidney, *The Civic Culture: Political Attitudes and Democracy in Five Nations*, Sage Publications Inc., London 1989.

Andrzejewski, Bolesław, *Aktywistyczne koncepcje języka a rzeczywistość pozajęzykowa*, [w:] „Poznańskie studia z filozofii nauki”, nr 10, Wydawnictwo Naukowe PWN, Poznań 1984, s. 93-118.

Antos, Gerd, Spitzmuller, Jürgen, *Jakie „znaczenie” ma design tekstu? Rozważania o teorii wiedzy typograficznej*, [w:] *Lingwistyka mediów. Antologia tłumaczeń*, red. R. Opiłowski, J. Jarosz, P. Staniewski, ATUT, Wrocław–Dresden 2015, s. 183-195.

Austin, John Langshaw, *Jak działać słowami*, [w:] tegoż, *Mówienie i poznawanie: rozprawy i wykłady filozoficzne*, tł. B. Chwedeńczuk, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1993.

Barthes, Roland, *Retoryka obrazu*, tł. Z. Kruszyński, [w:] „Pamiętnik Literacki”, nr 76 (3), Wydawnictwo Instytutu Badań Literackich PAN, Wrocław 1985, s. 293–294.

Bartmiński, Jerzy, *Językowe podstawy obrazu świata*, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2007.

Bartmiński, Jerzy, *Miejsce wartości w językowym obrazie świata*, [w:] *Język w kręgu wartości: studia semantyczne*, red. J. Bartmiński, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2003.

- Bartmiński, Jerzy, *Projekt i założenia ogólne słownika aksjologicznego* [w:] „Język a kultura”, t. 2: *Zagadnienia leksykalne i aksjologiczne*, red. J. Bartmiński, J. Puzynina, Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław 1991, 197-209.
- Bartmiński, Jerzy, *Punkt widzenia, perspektywa, językowy obraz świata*, [w:] *Językowy obraz świata*, red. J. Anusiewicz, J. Bartmiński, Wydawnictwo UMCS, Lublin 1990, s. 109-127.
- Biernacka-Ligieża, Ilona, *Kultura mediów a budowanie lokalnego obrazu świata*, [w:] *Współczesne media. Medialny obraz świata*, t. 1: *Zagadnienia teoretyczne*, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2015.
- Bogunia-Borowska, Małgorzata, *Fenomen telewizji. Interpretacje socjologiczne i kulturowe*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2012.
- Bogunia-Borowska, Małgorzata, *Telewizja śniadaniowa, czyli codzienność z telewizją na żywo*, [w:] *Barwy codzienności: analiza socjologiczna*, red. M. Bogunia-Borowska, Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa 2009, s. 253-274.
- Bourdieu, Pierre, *O telewizji. Panowanie dziennikarstwa*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2009.
- Bralczyk, Jerzy, *Język telewizyjny*, [w:] *Człowiek a telewizja*, red. K. Jakubowicz, B. Puszczewicz, Wydawnictwo Nauczycielskiego Uniwersytetu Radiowo-Telewizyjnego (NURT), Warszawa 1990, s. 22-31.
- Braun, Juliusz, *Telewizja publiczna w czasach transformacji*, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2008.

- Bucher, Hans-Jürgen, *Rozumienie multimodalne lub recepcja jako interakcja*, [w:] *Lingwistyka mediów. Antologia tłumaczeń*, red. R. Opilowski, J. Jarosz, P. Staniewski, ATUT, Wrocław–Dresden 2015, s. 79-110.
- Casetti, Francesco, Odin, Roger, *Od paleo- do neo-telewizji. W perspektywie semiopragmatyki* [w:] *Teledyskursy. Telewizja w badaniach współczesnych*, tł. E. Stawowczyk, red. R.C. Allen, Zumacher, Kielce 1998, s. 130-151.
- Chacińska, Maja, *Czytelnictwo i jego promocja w krajach skandynawskich na przykładzie Szwecji*, [w:] *Czytelnictwo w dobie informacji cyfrowej: rozwój, bariery, technologie*, red. M. Wojciechowska, Stowarzyszenie Bibliotekarzy Polskich, Warszawa 2015, s. 36-44.
- Chacińska, Maja, *W służbie ludu i inżynierii społecznej. Media publiczne w Danii, Norwegii i Szwecji w perspektywie historycznej i kulturowej*, Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk 2018.
- Chyliński, Marek, Russ-Mohl, Stephan, *Dziennikarstwo*, Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń 2019.
- Dahl, Hans Fredrik, Bastiansen, Henrik Grue, *Norsk mediehistorie*, Universitetsforlaget, Oslo 2008.
- Dąbrowska-Cendrowska, Olga, *Poranny towarzysz i doradca. Polskie telewizje śniadaniowe na przykładzie programów Dzień Dobry TVN i Pytanie na śniadanie*, Dom Wydawniczy Elipsa, Warszawa 2014.
- Dąbrowska-Cendrowska, Olga, *Rozmawianie na ekranie – polska telewizja śniadaniowa w roli porannego towarzysza*, [w:] „Zeszyty Prasoznawcze”, t. 56, nr 4 (216), Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2013, s. 477-494.

- Dutkiewicz, Waldemar, *Podstawy metodologii badań*, Wydawnictwo Stachurski, Kielce 2001.
- Eco, Umberto, *Jak napisać pracę dyplomową? Poradnik dla humanistów*, Wydawnictwo Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa 2007.
- Epiktet, *Encheiridion*, tł. L. Staff, Wydawnictwo J. Mortkowicza, Warszawa 1920.
- Esping-Andersen, Gøsta, *The Three Worlds of Welfare Capitalism*, Princeton University Press, New Jersey 1990.
- Fish, Stanley, *Interpretacja, retoryka, polityka. Eseje wybrane*, tł. K. Abriszewski, red. Andrzej Szahaj, Towarzystwo Autorów i Wydawców Prac Naukowych Universitas, Kraków 2002.
- Fleischer, Michael, *Media w perspektywie konstruktywizmu*, [w:] „2K – Kultura i Komunikacja”, red. Dolnośląska Szkoła Wyższa Edukacji, nr 1-2, Wydawnictwo Naukowe DSWE TWP, Wrocław 2005, s. 10-33.
- Foucault, Michel, *This Is Not a Pipe*, University of California Press, Berkeley–Los Angeles–London 1983.
- Francuz, Piotr, *Rozumienie przekazu telewizyjnego. Psychologiczne badania telewizyjnych programów informacyjnych*, Towarzystwo Naukowe Katolickiego Uniwersytetu Lubelskiego, Lublin 2002.
- Głowiński, Michał, *Poetyka i okolice*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1992.
- Godzic, Wiesław, *Telewizja jako kultura*, Wydawnictwo Rabid, Kraków 2002.

- Godzic, Wiesław, *Telewizyjna codzienność, codzienność telewizji*, [w:] *Barwy codzienności. Analiza socjologiczna*, red. M. Bogunia-Borowska, Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa 2009, s. 237–252.
- Goffman, Erving, *Człowiek w teatrze życia codziennego*, Wydawnictwo Aletheia, Warszawa 2008.
- Goffman, Erving, *Rytuał interakcyjny*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2006.
- Goffman, Erving, *Spotkania. Dwa studia z socjologii interakcji*, Zakład Wydawniczy „NOMOS”, Kraków 2010.
- Goffman, Erving, *Zachowanie w miejscach publicznych: o społecznej organizacji zgromadzeń*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2008.
- Grzegorzczkova, Renata, *Pojęcie językowego obrazu świata*, [w:] *Językowy obraz świata*, red. J. Bartmiński, Wydawnictwo UMCS, Lublin 1990, s. 41-59.
- Halliday, Michael Alexander Kirkwood, *Explorations in the functions of language*, Elsevier North-Holland, New York 1973.
- Hallin, Daniel, Mancini, Paolo, *Systemy medialne. Trzy modele mediów i polityki w ujęciu porównawczym*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2007.
- Hansson, Jonas, Nordin, Svante, *Ernst Cassirer: The Swedish Years*, Peter Lang AG, Bern 2006.
- Hilmes, Michele, *NBC: America's Network*, University of California Press, Los Angeles 2007.

- Hilson, Mary, *The Nordic Model: Scandinavia since 1945*, Reaktion Books, London 2008.
- Iedema, Rick, *Multimodalna analiza dyskursu: Resemiotyzacja na potrzeby dyskursów użytkowych* [w:] *Systemowo-funkcjonalna analiza dyskursu*, tł. M. Żelewa, red. A. Duszak, G. Kowalski, Towarzystwo Autorów i Wydawców Prac Naukowych Universitas, Kraków 2013, s. 197-227.
- Jakubowicz, Karol, *Telewizja a człowiek i społeczeństwo*, [w:] *Człowiek a telewizja*, red. K. Jakubowicz, B. Puszczewicz, Wydawnictwo Nauczycielskiego Uniwersytetu Radiowo-Telewizyjnego (NURT), Warszawa 1990, s. 5-13.
- Jankowska-Bulla, Marlena, *Telewizja śniadaniowa w Polsce i w Niemczech: Format – struktura – zawartość* [w:] „Zeszyty Prasoznawcze”, t. 57, nr 3 (219), Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2014, s. 536–564.
- Jaskiernia, Alicja, *Od telewizji masowej do Netfliksa. Telewizja w Stanach Zjednoczonych w epoce cyfrowej*, Oficyna Wydawnicza ASPRA-JR, Warszawa 2016.
- Jewitt, Carey, *Different approaches to multimodality* [w:] *The Routledge Handbook of Multimodal Analysis*, red. C. Jewitt, London–New York 2012, s. 28–39.
- Jeziński, Marek, *Specyfika i funkcje społeczne telewizji internetowej*, [w:] *Telewizja internetowa a granice mediów posttelewizyjnych*, red. W. Skrzydlewski, A. Węglińska, A. Zięta, Wydawnictwo Dolnośląskiej Wyższej Szkoły Przedsiębiorczości i Techniki, Polkowice 2013, s. 73-84.
- „Język a Kultura”, t. 3: *Wartości w języku i tekście*, Wiedza o Kulturze, red. J. Puzynina, J. Anusiewicz, Wrocław 1991.

- Johansson, Egil, *The History of Literacy in Sweden. In comparison with some other countries*, [w:] *Understanding Literacy in its Historical Contexts: Sociocultural History and the Legacy of Egil Johansson*, red. H. J. Graff, A. Mackinnon, Nordic Academic Press, Lund 2009, s. 65-98.
- Kalisz, Aleksandra, *Telewizja śniadaniowa gatunkiem ponad narodami? Analiza porównawcza dwóch europejskich wydań programu*, [w:] *Gatunki mowy i ich ewolucja. Gatunek a granice*, red. D. Ostaszewska, J. Przyklenk, t. 5., Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice 2015, s. 356-363.
- Kant, Immanuel, *Krytyka czystego rozumu*, tł. Roman Ingarden, Wydawnictwo Antyk, Kęty 2001.
- Kępa-Figura, Danuta, Nowak, Paweł, *Językowy obraz świata a medialny obraz świata*, [w:] „Zeszyty Prasoznawcze”, nr 1-2, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2006, s. 51-62.
- Kirwil, Lucyna, *Psychologiczne zagadnienia odbioru telewizji*, [w:] *Człowiek a telewizja*, red. K. Jakubowicz, B. Puszczewicz, Wydawnictwo Nauczycielskiego Uniwersytetu Radiowo-Telewizyjnego, Warszawa 1990, s. 62-75.
- Klemm, Michael, Stöckl, Hartmut, *Lingwistyka obrazu – umiejscowienie dyscypliny, przegląd, dezyderaty badawcze*, [w:] *Lingwistyka mediów. Antologia tłumaczeń*, red. R. Opiłowski, J. Jarosz, P. Staniewski, ATUT, Wrocław–Dresden 2015.
- Konstruktywizm w badaniach literackich. Antologia*, red. E. Kuźma, J. Madejski, A. Skrendo, Universitas, Kraków 2006.
- Kress, Gunther, van Leeuwen, Theo, *(The Critical) Analysis of Newspaper Layout*, [w:] *Approaches to Media Discourse*, red. A. Bell, P. Garrett, Blackwell, Oxford 1998, s. 186-219.

- Kurzowa, Zofia, Szpiczakowska, Monika, *W poszukiwaniu przedmiotu, celów i metod badawczych*, [w:] *Badania nad językiem telewizji polskiej. Studia metodologiczne i opisowe*, red. Z Kurzowa, Wydawnictwa Radia i Telewizji, Warszawa 1985, s. 11-24.
- Laskowska, Elżbieta, *Wartościowanie w języku potocznym*, Wydawnictwo Uczelniane WSP, Bydgoszcz 1992.
- Lippmann, Walter, *Public Opinion*, Dover Publications, Moneola – New York 2004.
- Lisowska-Magdziarz, Małgorzata, *Media powszednie. Środki komunikowania masowego i szerokie paradygmaty medialne w życiu codziennym Polaków u progu XXI wieku*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2008.
- Luginbuhl, Martin, *Design tekstu w wiadomościach telewizyjnych. Multimodalne tworzenie znaczenia poprzez język, obraz i dźwięk*, [w:] *Lingwistyka mediów. Antologia tłumaczeń*, red. R. Opiłowski, J. Jarosz, P. Staniewski, ATUT, Wrocław–Dresden 2015, s. 162-181.
- Łuczyński, Edward, Maćkiewicz, Jolanta, *Językoznawstwo ogólne. Wybrane zagadnienia*, Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk 2002.
- Mac, Agnieszka, *Analiza mediolingwistyczna telewizyjnych serwisów informacyjnych – studium przypadku*, [w:] *Współczesne media. Gatunki w mediach*, t. 1: *Zagadnienia teoretyczne. Gatunki w mediach drukowanych*, red. I. Hofman, D. Kępa-Figura, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2017.
- Mac, Agnieszka, *Multimodalna aranżacja tekstu w telewizyjnych serwisach informacyjnych na przykładzie „Wiadomości” TVP1*, [w:] *Współczesne media: Media multimodalne*, t.2: *Multimodalność mediów elektronicznych*, red. I. Hofman, D. Kępa-Figura, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2018.

- Maćkiewicz, *Badanie mediów multimodalnych – multimodalne badanie mediów*, [w:] „Studia Medioznawcze”, nr 2 (69), Wydawnictwo Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa 2017.
- Maćkiewicz, Jolanta, *Co to jest „językowy obraz świata?”*, [w:] „Etnolingwistyka: problemy języka i kultury”, red. J. Bartmiński, t. 11, Wydawnictwo UMCS, Lublin 1999, s. 7-24.
- Maćkiewicz, Jolanta, *Jak dobrze pisać: od myśli do tekstu*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2010.
- Maćkiewicz, Jolanta, *Jak pisać teksty naukowe?*, Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk 1995.
- Maćkiewicz, Jolanta, *Kategoryzacja a językowy obraz świata*, [w:] *Językowy obraz świata*, red. J. Bartmiński, Wydawnictwo UMCS, Lublin 1990, s. 51-59.
- Maćkiewicz, Jolanta, *Słowo o słowie. Potoczna wiedza o języku*, Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk 1999.
- Mańczyk, Augustyn, *Wspólnota językowa i jej obraz świata. Krytyczne uwagi do teorii językowej Leo Weisgerbera*, Wyższa Szkoła Pedagogiczna, Zielona Góra 1982.
- McLuhan, Marshall, *Zrozumieć media. Przedłużenia człowieka*, tł. N. Szczucka, Wydawnictwo Naukowo-Techniczne, Warszawa 2004.
- Medialny obraz rodziny i płci*, red. K. Pokorna-Ignatowicz, Oficyna Wydawnicza AFM, Kraków 2012.
- Metlenga, Weronika, *Konstruktionen av välfärdsstaten i svenska medier – en jämförande analys av kommersiell och public service morgon-tv*, praca magisterska, Uniwersytet Gdański, Gdańsk 2018.

- Metlenga, Weronika, *The Image of American Educational Institutions in Frederick Wiseman's Documentary Films*, praca magisterska, Uniwersytet Gdański, Gdańsk 2017.
- Michalczyk, Stanisław, *Konstruktywizm jako teoria mediów* [w:] *Współczesne media. Medialny obraz świata*, t. 1: *Zagadnienia teoretyczne*, red. I. Hofman, D. Kępa-Figura, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2015, s. 25-46.
- Moraczewski, Krzysztof, *Językowy charakter sensu obrazu. Wyprawa zwiadowcza* [w:] *Język, obraz, konstruowanie rzeczywistości*, red. P. Gałkowski, M. Wendland, Wydawnictwo Naukowe Instytutu Filozofii Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza, Poznań 2007, s. 7-14.
- Mrozowski, Maciej, *Funkcje telewizji w społeczeństwie*, [w:] *Człowiek a telewizja*, red. K. Jakubowicz, B. Puszczewicz, Wydawnictwo Nauczycielskiego Uniwersytetu Radiowo-Telewizyjnego (NURT), Warszawa 1990, s. 43-52.
- Mrozowski, Maciej, *Odbiorca jako współtwórca znaczeń*, [w:] *Człowiek a telewizja*, red. K. Jakubowicz, B. Puszczewicz, Wydawnictwo Nauczycielskiego Uniwersytetu Radiowo-Telewizyjnego (NURT), Warszawa 1990, s. 53-61.
- Mrozowski, Maciej, *Telewizyjne programy informacyjne - polskie i zagraniczne (analiza porównawcza)*, [w:] „*Studia Medioznawcze*”, nr 3 (38), ASPRA, Warszawa 2009, s. 27-49.
- Nowak, Paweł, Tokarski, Ryszard, *Medialna wizja świata a kreatywność językowa* [w:] *Kreowanie światów w języku mediów*, red. P. Nowak, R. Tokarski, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2007.
- Nycz, Ryszard, *Tekstowy świat: poststrukturalizm a widza o literaturze*, Universitas, Kraków 2000.

- Osika, Grażyna, *Rzeczywistość zobrazowana. Co nam robią obrazy*, [w:] *Współczesne media. Medialny obraz świata*, t. 1: *Zagadnienia teoretyczne*, red. I. Hofman, D. Kępa-Figura, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2015, s. 267-282.
- Østergård, Uffe *Peasants and Danes: The Danish National Identity and Political Culture*, [w:] "Comparative Studies in Society and History", nr 34 (1) Cambridge University Press, Cambridge 1992, s. 3-27.
- Ovcharova, Svitlana, *Telewizja internetowa w służbie demokracji. Studium przypadku niezależnej stacji telewizyjnej na Ukrainie w latach 2013-2014*, praca magisterska, Uniwersytet Warszawski, Warszawa 2015.
- Pisarek, Walery, *Językowy obraz świata*, [w:] *Encyklopedia wiedzy o języku polskim*, red. S. Urbańczyk, Zakład Narodowy im. Ossolińskich, Wrocław 1978, s. 143.
- Pisarek, Walery, *Wstęp do nauki o komunikowaniu*, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2008.
- Pleszczyński, Jan, *Światoobrazy, obrazy świata i wizje świata*, [w:] *Współczesne media. Medialny obraz świata*, t. 1: *Zagadnienia teoretyczne*, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2015.
- Płudowski, Tomasz, *Media amerykańskie*, [w:] *Ameryka. Instytucje i społeczeństwo 1607-2017*, red. Z. Lewicki, ASPRA, Warszawa 2017, s. s. 297-312.
- Przylipiak, Mirosław, *Kino stylu zerowego: dwadzieścia lat później*, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Sopot 2016.
- Przylipiak, Mirosław, *Kino stylu zerowego: z zagadnień estetyki filmu fabularnego*, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk 1994.

- Ptaszek, Grzegorz, *Jak badać medialny obraz świata?* [w:] *Współczesne media. Medialny obraz świata*, t.1: *Zagadnienia teoretyczne*, red. I. Hofman, D. Kępa-Figura, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2015, s. 13-24.
- Ptaszek, Grzegorz, *Wartości w mediach a kompetencje medialne w zakresie krytycznego odbioru i rozumienia przekazów medialnych*, [w:] *Współczesne media. Wartości w mediach – wartości mediów*, t. 1: *Wartości w mediach*, red. I. Hofman, D. Kępa-Figura, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2014.
- Puzynina, Jadwiga, *Język wartości*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1992.
- Puzynina, *Kłopoty z nazwami wartości (i wartościami)*, [w:] „Etnolingwistyka: problemy języka i kultury”, t. 26, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2014.
- Puzynina, Jadwiga, *O znaczeniu wartości* [w:] *Nazwy wartości. Studia leksykalno-semantyczne*, red. J. Bartmiński, M. Mazurkiewicz-Brzozowska, Wydawnictwo UMCS, Lublin 1993, s. 179-189.
- Puzynina, Jadwiga, *Słowo–wartość–kultura*, Towarzystwo Naukowe Katolickiego Uniwersytetu Lubelskiego, Lublin 1997.
- Puzynina, Jadwiga, *Wartości i wartościowanie w perspektywie językoznawczej*, Polska Akademia Umiejętności, Kraków 2013.
- Sanakiewicz, Marcin, *Poetyka telewizyjnych programów porannych. Między informacją, tabloidem i autopromocją*, Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa 2013.
- Sapir, Edward, *Language. An Introduction to the Study of Speech*, Harcourt, Brace & Co., New York, 1949.

- Schmidt, Siegfried, *Konstruktywizm jako teoria mediów*, [w:] *Konstruktywizm w badaniach literackich. Antologia*, red. E. Kuźma, J. Madejski, A. Skrendo, Wydawnictwo Universitas, Kraków 2006, s. 251-286.
- Schmitz, Ulrich, *Badanie płaszczyzn wizualnych. Wprowadzenie*, [w:] *Lingwistyka mediów. Antologia tłumaczeń*, red. R. Opiłowski, J. Jarosz, P. Staniewski, ATUT, Wrocław-Dresden 2015, s. 57-78.
- Siebert, Frederick, Peterson, Theodore, Schramm, Wilbur, *Four Theories of the Press. The Authoritarian, Libertarian, Social Responsibility, and Soviet Communist Concepts of What the Press Should Be and Do*, University of Illinois Press, Urbana and Chicago 1956.
- Skarżyńska, Krystyna, *Czy media elektroniczne tworzą sztuczny świat? Rola mediów elektronicznych w rozumieniu świata i kształtowaniu postaw* [w:] *Komunikowanie (się) w mediach elektronicznych. Język, edukacja, semiotyka. Monografia*, red. M. Filiciak, G. Ptaszek, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2009.
- Skowronek, Bronisław, *Mediolingwistyka. Wprowadzenie*, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Pedagogicznego, Kraków 2013.
- Skowronek, Bronisław, *Technologia. Multimodalność. Komunikacja. Nowe wyzwania dla mediolingwistyki*, [w:] *Współczesne media. Media multimodalne*, t. 1: *Zagadnienia ogólne i teoretyczne. Multimodalność mediów drukowanych*, red. I. Hofman, D. Kępa-Figura, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2018, s. 11-20.
- Słownik terminologii medialnej*, red. W. Pisarek, Towarzystwo Autorów i Wydawców Prac Naukowych Universitas, Kraków 2006.

- Stöckl, Hartmut, *Czytanie tekstów językowo-obrazowych?*, [w:] *Lingwistyka mediów. Antologia tłumaczeń*, red. R. Opiłowski, J. Jarosz, P. Staniewski, ATUT, Wrocław-Dresden 2015, s. 113-137.
- Syvertsen, Trine, Enli, Gunn, Mjøs, Hallvard, Ole, Moe, *The New Media World: The Media Welfare State: Nordic Media in the Digital Age*, The University of Michigan Press, Michigan 2014.
- Szmyd, Jan, *Medialny obraz rzeczywistości jako główna orientacja poznawcza i praktyczna w świecie*, [w:] *Medialny obraz rodziny i płci*, red. K. Pokorna-Ignatowicz, Oficyna Wydawnicza AFM, Kraków 2012, s. 11-46.
- Szwed-Walczak, Anna, *Telewizja internetowa – informacja, sensacja czy kreacja?*, [w:] *Współczesne media. Media informacyjne*, t. 2, red. I. Hofman, D. Kępa-Figura, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2016, s. 251-275.
- Teorie literatury XX wieku. Antologia*, red. A. Burzyńska, M. P. Markowski, Znak, Kraków 2006.
- Tokarski, Ryszard, *Językowy obraz świata a niektóre założenia kognitywizmu*, [w:] „Etnolingwistyka: problemy języka i kultury”, red. J. Bartmiński, nr 9-10, Wydawnictwo UMCS, Lublin 1998, s. 7-24.
- Tokarski, Ryszard, *Skrypty w językowym i tekstowym obrazie świata*, [w:] *Współczesne media. Medialny obraz świata*, t. 1: *Zagadnienia teoretyczne*, red. I. Hofman, D. Kępa-Figura, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2015, s. 47-60.
- Tokarski, Ryszard, *Słownictwo jako interpretacja świata*, [w:] *Encyklopedia kultury polskiej XX wieku*, t. 2: *Współczesny język polski*, red. J. Bartmiński, Wrocław 1993, s. 335–362.

- Vico, Giambattista, *Nauka nowa*, tł. Jan Jakubowicz, Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warszawa 1966.
- von Humboldt, Wilhelm, *O myśli i mowie. Wybór pism z teorii poznania, filozofii dziejów i filozofii języka*, tł. Elżbieta M. Kowalska, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2013.
- von Humboldt, Wilhelm, *On Language. On the Diversity of Human Language Construction and Its Influence on the Mental Development of the Human Species*, red. M. Losonsky, tł. P. Heath, Cambridge University Press, Cambridge 1999.
- Wawer, Monika, *Programowanie w telewizji linearnej i nielinarnej. Jak zmienia się rola ramówki?*, [w:] *Komunikowanie w procesie zmian*, red. W. Świerczyńska-Głównia, A. Hess, M. Nowina-Konopka, Instytut Dziennikarstwa, Mediów i Komunikacji Społecznej Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2021, s. 209-231.
- Wendland, Michał, *Konstruktywizm komunikacyjny*, Wydawnictwo Naukowe Instytutu Filozofii Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza, Poznań 2011.
- Whorf, Benjamin, *Language, Thought and Reality*, red. John B. Carroll, MIT Press, New York 1956.
- Wieczorek, Urszula, *Wartościowanie, perswazja, język*, Księgarnia Akademicka, Kraków 1999.
- Wosik, Alicja, *Czy globalizacja języka mediów jest nieunikniona? Analiza telewizyjnych serwisów informacyjnych różnych krajów*, [w:] *Język w telewizji. Antologia*, red. M. Kita, I. Loewe, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice 2016.
- Wstęp – cel antologii, zarys badań, tematyka artykułów*, [w:] *Lingwistyka mediów. Antologia tłumaczeń*, red. R. Opilowski, J. Jarosz, P. Staniewski, ATUT, Wrocław–Dresden 2015, s. 7-19.

Współczesne media. Medialny obraz świata, t. 1: Zagadnienia teoretyczne, red. I. Hofman, D. Kępa-Figura, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2015.

Współczesne media. Medialny obraz świata, t. 2: Studium przypadku, red. I. Hofman, D. Kępa-Figura, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2015.

Źródła internetowe:

@theweeknd,

<https://twitter.com/theweeknd/status/950447182829699072/photo/1>

0:04 / 0:30 NO MORE PSA CAMPAIGN "EXCUSES" :30,

https://www.youtube.com/watch?v=YTp-k5G_okY

Alexandria Ocasio-Cortez On Trump's Comments, Tweets: 'This Is All A Distraction' | NBC News Now,

<https://www.youtube.com/watch?v=JVYLyQFhP6c>

Amie Bramme Sey om ASAP Rocky häktningen: "På riktigt tråkigt att rap-artister bojkottar Sverige",

<https://www.tv4.se/nyhetsmorgon/klipp/amie-bramme-sey-om-asap-rocky-haktningen-pa-riktigt-trakigt-att-rap-artister-bojkottar-sverige-12129779>

Anderson, Christina, Marshall, Alex, ASAP Rocky Guilty of Assault in Sweden but Won't Face Prison Time,

<https://www.nytimes.com/2019/08/14/arts/music/asap-rocky-sweden-guilty.html>

Arango, Tim, Del Real, Jose, Penn, Ivan, 5 Lessons We Learned From the California Wildfires in 2019,

<https://www.nytimes.com/2019/11/04/us/fires-california.html>

Astra,

<https://www.astra.fi>

Åström, Louise, Torbjörn, Ek, *“Morgonstudion” görs om – efter kritiken,*

<https://www.aftonbladet.se/nojesbladet/a/WLqxja/morgonstudion-gors-om--efter-kritiken>

Baker, Peter, *Trump Acknowledges Discussing Biden in Call With Ukrainian Leader,*

<https://www.nytimes.com/2019/09/22/us/politics/trump-ukraine-biden.html>

Ballhaus, Rebecca, Bender, Michael, Restuccia, Andrew, Salama, Vivian, *President Trump Eyes a New Real-Estate Purchase: Greenland,*

<https://www.wsj.com/articles/trump-eyes-a-new-real-estate-purchase-greenland-11565904223>

Barnes, Julian, Goldman, Adam, Haberman, Maggie, Schmidt, Michael, Vogel, Kenneth, *Trump Pressed Ukraine’s Leader on Inquiry Into Biden’s Son,*

<https://www.nytimes.com/2019/09/20/us/politics/trump-whistle-blower-ukraine.html>

Bloch, Matthew, Lu, Denise, Ngu, Ash, Wallace, Tim, *Three of California’s Biggest Fires Ever Are Burning Right Now,*

<https://www.nytimes.com/interactive/2018/08/10/us/california-fires.html>

Bomba, Radosław, *Michał Wendland: Wiele twarzy konstruktywizmu. Różnorodność stanowisk konstruktywistycznych i ich klasyfikacje,*

<http://www.kulturaihistoria.umcs.lublin.pl/archives/5004>

Bose, Nandita, Johnson, Katanga, *Trump says he ‘vouches’ for detained U.S. rapper A\$AP Rocky’s release in Sweden,*

<https://www.reuters.com/article/us-usa-sweden-rapper-idCNKCN1UF0FE>

Bränderna i Kalifornien – “31 personer döda” - Nyhetsmorgon (TV4),

<https://www.youtube.com/watch?v=x2UijnUT9JI>

*Bränderna i Kalifornien – Anna Anka evakuerad: “Inom en sekund kan man förlora...”
- Nyhetsmorgon (TV4),*

https://www.youtube.com/watch?v=Ke_9X_ZiwIU

Bränderna i Kalifornien: “Vi har sett helt ödelagda byar” - Nyhetsmorgon (TV4),

<https://www.youtube.com/watch?v=HUnmhbc56Ow>

By TODAY, Learn about anchors, visiting the show, how to contact us and more,

<https://www.today.com/about/learn-about-anchors-visiting-show-how-contact-us-more-t102953>

By TODAY, Natalie Morales, West Coast anchor of TODAY,

<https://www.today.com/about/natalie-morales-today-west-coast-anchor-host-access-hollywood-t102939>

Cochrane, Emily, Fandos, Nicholas, Impeachment Trial: Trump Is Acquitted by the Senate,

<https://www.nytimes.com/live/2021/02/13/us/impeachment-trial>

Congresswomen condemn Trump’s ‘blatantly racist’ attack on them,

<https://www.today.com/video/congresswomen-condemn-trump-s-blatantly-racist-attack-on-them-63927365723>

Davenport, Coral, Fuller, Thomas, Trump Stymies California Climate Efforts Even as State Burns,

<https://www.nytimes.com/2019/11/02/us/climate-change-california-fires-trump.html>

Dawsey, Josh, Demirjian, Karoun, Leonnig, Carol, Nakashima, Ellen, *Trump ordered hold on military aid days before calling Ukrainian president, officials say,*

https://www.washingtonpost.com/national-security/trump-ordered-hold-on-military-aid-days-before-calling-ukrainian-president-officials-say/2019/09/23/df93a6ca-de38-11e9-8dc8-498eabc129a0_story.html

Det här är Nyhetsmorgon,

https://www.tv4.se/1.296934/2007/10/10/det_har_ar_nyhetsmorgon

Elks, Sonia, *Greta Thunberg's rise from unknown activist to Time Person of the Year,*

<https://www.reuters.com/article/us-usa-climate-thunberg-timeline-trfn-idUSKBN1YF299>

Eriksson, Niklas, *Aftonbladet avslutar samarbetet med Staffan Heimerson,*

<https://www.aftonbladet.se/nyheter/a/p665R1/aftonbladet-avslutar-samarbetet-med-staffan-heim>

Fandos, Nicholas, *Nancy Pelosi Announces Formal Impeachment Inquiry of Trump,*

<https://www.nytimes.com/2019/09/24/us/politics/democrats-impeachment-trump.html>

Fandos Nicholas, Rogers, Katie, *Trump Tells Congresswomen to 'Go Back' to the Countries They Came From,*

<https://www.nytimes.com/2019/07/14/us/politics/trump-twitter-squad-congress.html>

Fandos, Nicholas, Shear, Michael, *Trump Impeached for Abuse of Power and Obstruction of Congress,*

<https://www.nytimes.com/2019/12/18/us/politics/trump-impeached.html>

Färlin, Mårten, *Efter kritiken: Morgonstudion i SVT ändras*,

<https://www.resume.se/kommunikation/media/efter-kritiken-morgonstudion-i-svt-andras/>

Feminismens framtid: "Vi måste ha med oss männen",

<https://www.tv4.se/nyhetsmorgon/klipp/feminismens-framtid-vi-m%C3%A5ste-ha-med-oss-m%C3%A4nnen-3960465>

First episode of BBC Breakfast Time,

<https://www.bbc.com/historyofthebbc/anniversaries/january/breakfast-time/>

Fre 26 jul 6:00,

<https://www.svtplay.se/video/20313082/morgonstudion/morgonstudion-26-jul-06-00?tab=kommande&sida=2>

Fre 27 sep 2019,

<https://www.svtplay.se/video/20312902/morgonstudion/morgonstudion-27-sep-06-00-2?cmpid=del:an:09-27-2019:morgonstudion:pla:lp-app>

Frick, Hanna, Kihlström, Linnéa, *Uppgifter: TV4 ska betala miljonbelopp till Martin Timell*,

<https://www.dagensmedia.se/medier/rorligt/uppgifter-tv4-ska-betala-miljonbelopp-till-martin-timell/>

Forbes:

<https://www.forbes.com/sites/christopherhelman/2013/01/09/the-worlds-happiest-and-saddest-countries-2/?sh=79f84df34a8c>

Goczał, Beata, *H&M po aferze z bluzą z napisem „Coolest Monkey In The Jungle” ma poważny problem wizerunkowy*,

<https://www.wirtualnemedial.pl/artykul/h-m-po-aferze-z-bluza-z-napisem-coolest-monkey-in-the-jungle-ma-powazny-problem-wizerunkowy>

Gomorrön Sverige,

<https://www.imdb.com/title/tt5714246/>

Greta Thunbergs tal i FN: "Vi unga är ostoppbara",

<https://www.tv4.se/klipp/va/12500375/greta-thunbergs-tal-i-fn-vi-unga-ar-ostoppbara>

Gretas arga tal i FN: "Hur vågar ni?!",

<https://www.tv4.se/klipp/va/12500824/gretas-arga-tal-i-fn-hur-vagar-ni>

Gross Hulth, Märta, Hej då ABC!,

<https://www.svt.se/nyheter/lokalt/uppsala/hej-da-abc>

GW om ASAP Rocky: "Olustigt ärende",

<https://www.tv4.se/nyhetsmorgon/klipp/gw-om-asap-rocky-olustigt-arend-12101895>

H&M får skylla sig själva när folk blir rasande,

<https://www.tv4.se/nyheter/morgon/klipp/hm-f%C3%A5r-skylla-sig-sj%C3%A4r-folk-blir-rasande-3951743>

Heimerson, Staffan, Metoo en häxjakt med drag av Stalins utrensningar,

<https://www.aftonbladet.se/nyheter/kolumnister/a/Eo43MA/metoo-en-haxjakt-med-drag-av-stalins-utrensningar>

Hines, Ree, TODAY anchors bring daughters along for International Day of the Girl,

<https://www.today.com/parents/today-anchors-bring-daughters-along-international-day-girl-t139530?search=international+day+of+the+girl>

Hsu, Tiffany, Tsang, Amie, The 'Today' Show: A Morning Pioneer Long Before Matt Lauer,

<https://www.nytimes.com/2017/11/29/business/media/today-show-history.html>

I dag startar rättegången mot Martin Timell - Nyhetsmorgon (TV4),

<https://www.youtube.com/watch?v=Ik8ncuPdn9Y>

I NEED HELP NOW!,

<https://nomore.org/need-help-now/>

Interview with Annie Wu,

<https://hmgroupp.com/news/interview-with-annie-wu/>

Jackson, Amanda, *LeBron James sends taco truck to feed firefighters in LA,*

<https://edition.cnn.com/2019/10/29/us/lebron-james-taco-truck-firefighters-trnd/index.html>

Jan 9th 2018,

<https://archives.nbclearn.com/portal/site/k-12/browse/?cuecard=114157>

Językowy świata | ABC Humanistyki #46 | prof. Bogusław Skowronek,

<https://www.youtube.com/watch?v=aCFU3WZpHHs>

Jimmy Fallon Kicks Off The Tonight Show,

<https://www.youtube.com/watch?v=-VFgiPXisu8>

Kantor, Jodi, Twohey, Megan, *Harvey Weinstein Paid Off Sexual Harassment Accusers for Decades,*

<https://www.nytimes.com/2017/10/05/us/harvey-weinstein-harassment-allegations.html>

KEY DEMO,

<https://press.nbcnews.com>

Konstytucja Stanów Zjednoczonych Ameryki – poprawki. Poprawka I,

<http://libr.sejm.gov.pl/tek01/txt/konst/usa-am1.html>

Kyung Kim, Eun, *Michelle Obama addresses current political climate: 'Fear is not a proper motivator'*,

<https://www.today.com/news/michelle-obama-current-political-climate-fear-not-proper-motivator-t139522>

Linning, Stephannie, Gordon, Amie, *Critics call for boycott of H&M over advert for 'coolest monkey in the jungle' child's hoodie featuring a black model,*

<https://www.dailymail.co.uk/news/article-5245887/Critics-call-boycott-H-M-racist-advert.html>

Lippmann, Walter, *Public Opinion,*

<http://www.gutenberg.org/cache/epub/6456/pg6456.html>

Ljus aktion av "Tillsammans mot rasism",

<https://www.youtube.com/watch?v=yS8e3pWlQNs>

Mån 19 feb 6:00,

<https://www.svtplay.se/video/16935682/morgonstudion/morgonstudion-19-feb-06-00?start=audio&tab=2018>

Mån 29 jul 6:00,

<https://www.svtplay.se/video/20313078/morgonstudion/morgonstudion-29-jul-06-00>

Marcus: Alla väntar på att del av Trumps telefonsamtal,

<https://www.tv4.se/nyhetsmorgon/klipp/marcus-alla-väntar-på-att-del-av-trumps-telefonsamtal-12500977>

Marcus: Donald Trump beter sig som en jättebebis,

<https://www.tv4.se/klipp/va/12494730/marcus-donald-trump-beter-sig-som-en-jattebebis>

Michelle Obama addresses current political climate: 'Fear is not a proper motivator',

<https://www.today.com/news/michelle-obama-current-political-climate-fear-not-proper-motivator-t139522>

Michelle Obama On #MeToo: 'Women Are Tired Of Being Undervalued' | TODAY,

<https://www.youtube.com/watch?v=zxvbO95EYQY&t=35s>

Miłoszewska, Dorota, Amerykański system medialny,

<https://repozytorium.amu.edu.pl/items/f81cad37-725e-45d5-add0-5ab9088ee0b9>

More than 12M "Me Too" Facebook posts, comments, reactions in 24 hours,

<https://www.cbsnews.com/news/metoo-more-than-12-million-facebook-posts-comments-reactions-24-hours/>

Morgonstudion:

<https://www.svtplay.se/morgonstudion>

Morgonstudion - ett nytt stycke SVT-historia,

<https://omoss.svt.se/arkiv/bloggarkiv/2017-08-25-morgonstudion---ett-nytt-stycke-svt-historia.html>

När maktens män sprider hat får HBTQ-personer betala priset,

<https://www.tv4play.se/program/nyhetsmorgon/n%C3%A4r-maktens-m%C3%A4n-sprider-hat-f%C3%A5r-hbtq-personer-betala-priset/12411766>

NBCUniversal – Our History,

<https://www.nbcuniversal.com/history>

Nilsson, Thomas, *Efter Resumés intervju: Aftonbladet bryter samarbetet med Staffan Heimerson,*

<https://www.resume.se/kommunikation/media/efter-resumes-intervju-aftonbladet-bryter-samarbetet-med-staffan-heimerson/>

Nilsson, Thomas, *Heimerson: "Jag känner att #metoo förstör vårt samhälle",*

<https://www.resume.se/kommunikation/media/heimerson-jag-kanner-att-metoo-forstor-vart-samhalle/>

"NO MORE EXCUSES" VIDEO PSAS,

<https://nomore.org/campaigns/public-service-announcements/no-more-excuses-celebrity-psa/television-ads/>

Norlander, Kerstin, *Kvinnokamp,*

<https://www.umu.se/sidan-68/tema-1-kvinnokamp/kvinnokamp>

Norqvist, Anders, *Första tv-sändningarna firar 60 år,*

<https://www.svt.se/nyheter/lokalt/stockholm/forsokssandningar-fran-kth-firar-60-ar>

Nyhetsmorgon:

<https://www.tv4play.se/klipp/nyhetsmorgon>

Nyhetsmorgon #metoo,

https://www.youtube.com/results?search_query=nyhetsmorgon+%23metoo

Odmiany językowego obrazu świata | ABC Humanistyki #47 | prof. Bogusław Skowronek, <https://www.youtube.com/watch?v=btMv3Ssaabs>

Om TV4,

<https://www.bonnierbroadcasting.com/om-oss/tv4/om-tv4/>

Om TV4,

<https://www.tv4.se/tv4>

Ons 25 sep 2019 6:00,

<https://www.svtplay.se/video/20312910/morgonstudion/morgonstudion-25-sep-06-00-2?cmpid=del:em:09-25-2019:morgonstudion:pla:lp-app>

ÖPPET ARKIV,

<https://www.oppetarkiv.se/>

Peavy, Vance, *Constructivism, Existential Themes and Counselling*. Referat wygłoszony na konferencji Intercultural Counselling and Therapy, Vancouver (1992), (podane za) Anna Paszkowska-Rogacz, *Teoria konstruktów osobistych Georga Kelly'ego w doradztwie zawodowym*, XVIII Ogólnopolska Konferencja Szkoleniowa SDSiZ RP, Lubniewice 2008, prezentacja,

https://web.archive.org/web/20110713222441/http://www.sdsiz.pl/downloads/ppt/Konstruktywizm_Lubniewice.ppt

Pelosi om Trump: "Ingen står över lagen",

<https://www.tv4.se/nyhetsmorgon/klipp/pelosi-om-trump-ingen-står-över-lagen-12500974>

Piotrowski, Mateusz, *Śledztwo w sprawie impeachmentu Donalda Trumpa a stosunki USA–Ukraina,*

https://www.pism.pl/publikacje/Sledztwo_w_sprawie_impeachmentu_Donald_a_T_rumpa_a_stosunki_USAUkraina

President Trump confirms his interest in buying Greenland,

<https://www.today.com/video/president-trump-confirms-his-interest-in-buying-greenland-66468933750>

Public service-propositionen 2019,

<https://tu.se/standpunkt/publicservice/public-service-propositionen-2019/>

Raging winds fuel California wildfires, forcing more evacuations,

<https://www.today.com/video/raging-winds-fuel-california-wildfires-forcing-more-evacuations-72306245605>

Ranked: The 20 Happiest Countries In The World In 2022,

<https://www.forbes.com/sites/laurabegleybloom/2022/03/18/ranked-the-20-happiest-countries-in-the-world-in-2022/?sh=1a55d36>

Rapporter,

<https://www.gu.se/som-institutet/resultat-och-publikationer/rapporter>

Rättegången mot hiphopstjärnan har startat: ”Media från all världens hörn är på plats”,

<https://www.tv4.se/nyhetsmorgon/klipp/ratttegangen-mot-hiphopstjarnan-har-startat-media-fran-all-varldens-horn-ar-pa-plats-12397491>

Rättegången mot Martin Timell avslutas – ”Vittnesmålen har spelat väldigt stor roll” – Nyhetsmorgon,

<https://www.youtube.com/watch?v=-oXWfO7L1T4>

S2019 E1140 | 07/15/19,

<https://www.nbc.com/today/video/today-july-15-2019/3988619>

Så märks #metoo – ett år efter att rörelsen startade - Nyheterna (TV4),

<https://www.youtube.com/watch?v=VF98u0ukMjk>

Savina, Diana, Fenomenet Greta Thunberg: Från ensam skolstrejkare till följarskara på miljoner,

<https://www.svt.se/nyheter/lokalt/stockholm/tusentals-manifestationer-fredsprisnominering-och-uppmarksammade-tal-sa>

Språkvård,

<http://svergiesradio.se/sida/artikel.aspx?programid=3113&artikel=2170109>

State of Play Report,

<https://www.nielsen.com/insights>

Steinberg, Brian, *'Today' Outmaneuvers 'GMA' in Critical Viewership After Weeks of Ceding Ground,*

<https://variety.com/2022/tv/news/today-good-morning-america-ratings-advertising-1235310083/>

Stonewall Inn Celebrations Mark 50 Years Since Start Of LGBTQ Movement | TODAY,

<https://www.youtube.com/watch?v=33ale3PbVYI>

STÖD VÅRT ARBETE,

<https://allakvinnorshus.org/st%C3%B6d-oss/st%C3%B6d-oss>

Stump, Scott, *H&M apologizes following outrage over 'monkey' sweatshirt ad seen as racist,*

<https://www.today.com/style/h-m-apologizes-following-outrage-over-monkey-sweatshirt-ad-seen-t120979>

Styl zerowy,

<https://www.youtube.com/watch?v=XooZTgypVzc>

Svensk TV-historia 1950-talet,

<https://www.youtube.com/watch?v=9VemvTvVOwQ&t=91s>

Svensk TV-historia 1960-talet,

<https://www.youtube.com/watch?v=1Lrr0C8oWOA&t=21s>

Svensk TV historia 1970-talet,

<https://www.youtube.com/watch?v=wCo5sCe5hOs&t=7s>

Svensk TV historia 1980-talet,

<https://www.youtube.com/watch?v=QbKk51ITO9Y&t=6s>

Sveriges Befolkning,

<https://www.scb.se/hitta-statistik/sverige-i-siffror/manniskorna-i-sverige/sveriges-befolkning/>

Teen climate activist Greta Thunberg completes sailing trip to New York,

<https://www.today.com/video/teen-climate-activist-greta-thunberg-completes-sailing-trip-to-new-york-67750469886>

Teoria relatywizmu językowego | ABC Humanistyki #44 | prof. Bogusław Skowronek,

<https://www.youtube.com/watch?v=8pCLdwV8qfA>

The H&M Way,

https://about.hm.com/content/dam/hmgroupp/groupsite/documents/pl/hm-way/HM%20Way_pl.pdf

The Tonight Show Starring Jimmy Fallon,

<https://www.youtube.com/user/latenight>

The world's largest ranking of countries and regions by English skills,

<https://www.ef.com/wwen/epi>

Tis 09 jan 6:00,

<https://www.svtplay.se/video/16935682/morgonstudion/morgonstudion-09-jan-06-00?start=auto&tab=2018>

Tis 16 jul 6:00,

<https://www.svtplay.se/video/20313114/morgonstudion/morgonstudion-16-jul-06-00?tab=2019>

Tis 20 aug 6:00,

<https://www.svtplay.se/video/23116106/morgonstudion/morgonstudion-20-aug-06-00?tab=kommande&sida=2>

Tis 29 oct 2019,

<https://www.svtplay.se/video/20312810/morgonstudion/29-okt-0600>

Today:

<https://www.today.com/archive>

Today:

<https://www.youtube.com/c/TODAY/videos>

TODAY's First Broadcast: Jan. 14, 1952 | Archives | TODAY,

https://www.youtube.com/watch?v=vY4_iv3UbGg

TODAY's International Women's Day guests share advice for young girls,

<https://www.today.com/video/today-s-international-women-s-day-guests-share-advice-for-young-girls-1454384195694>

TODAY IS #1 IN KEY DEMO,

<https://press.nbcnews.com>

TODAY Mobile App,

<https://apps.today.com/mobile/>

Tor 08 mar 6:00,

<https://www.svtplay.se/video/17247898/morgonstudion/morgonstudion-8-mar-06-00?start=auto&tab=2018>

Törner, Amanda, *Domen: Martin Timell frikänns*,

<https://www.dagensmedia.se/alla-nyheter/medievarldens-arkiv/domen-martin-timell-frikanns/>

Trump allies concerned about impeachment inquiry: Analysts,

<https://www.today.com/video/trump-allies-concerned-about-impeachment-inquiry-analysts-69964869832>

Trump cancels Denmark visit amid spat over sale of Greenland Published,

<https://www.bbc.com/news/world-us-canada-49416740>

Trump demands A\$AP Rocky be freed,

<https://www.today.com/video/trump-demands-a-ap-rocky-be-freed-64617541668>

Trump tells congresswomen to 'go back' to countries they came from,

<https://www.today.com/video/trump-tells-congresswomen-to-go-back-to-countries-they-came-from-63862853743>

Trump vill köpa Grönland: "Vill skapa ett Trumpland",

<https://www.tv4.se/nyhetsmorgon/klipp/trump-vill-köpa-grönland-vill-skapa-ett-trumpland-12491030>

TV-Analys,

[MMS Webbverktyg \(mmsdata.se\)](https://www.mmsdata.se)

TV4,

<https://www.tv4.se/tv4>

United States Census Bureau,

https://archive.ph/20150215231840/http://factfinder.census.gov/faces/tableservice/s/jsf/pages/productview.xhtml?pid=ACS_09_1YR_B04003&prodType=table

Urzędowska, Marta, *Trump do nowych kongresmenek: Wracajcie, skąd przyjechałyście*,
<https://wyborcza.pl/7,75399,24995100,trump-do-nowych-kongresmenek-wracajcie-skad-przyjechalyscie.html>

Varian, Ethan, *While California Fires Rage, the Rich Hire Private Firefighters*,
<https://www.nytimes.com/2019/10/26/style/private-firefighters-california.html>

Voss Sundell, Joachim, *Brottsexperten om ASAP Rocky: Det lutar åt ett åtal*,
<https://www.svt.se/kultur/brottsexperten-om-asap-rocky-det-lutar-at-ett-atal>

Women Unite Behind #MeToo On International Women's Day | NBC News,
<https://www.youtube.com/watch?v=82epXnPDvYM>

SPIS ILUSTRACJI

Ilustracja nr 1: s. 13.

René Magritte, *La Trahison des images*.

Źródło: <https://www.renemagritte.org>

Ilustracja nr 2: s. 140.

Reklama bluzy dziecięcej z napisem „Coolest Monkey in the Jungle” zamieszczonej na stronie internetowej H&M.

Źródło: <https://www.nytimes.com/2018/01/08/business/hm-monkey.html>

Ilustracja nr 3: s. 143.

Wyemitowane w *Today* zdjęcie oraz komentarz zamieszczone przez LeBrona Jamesa na jego profilu w serwisie Instagram.

Źródło: *Jan 9th 2018*, <https://archives.nbclearn.com/portal/site/k-12/browse/?cuecard=114157>

Ilustracja nr 4: s. 144.

Hasła pojawiające się na ekranie: *JAWNY RASIZM*.

Oburzenie z powodu bluzy „Małpki” z H&M.

Firma przeprosza za wizerunek z ciemnoskórym dzieckiem.

Źródło: *Jan 9th 2018*, <https://archives.nbclearn.com/portal/site/k-12/browse/?cuecard=114157>

Ilustracja nr 5: s. 147.

Hasła: *Krytyka wizerunku marketingowego giganta odzieżowego, The Weeknd zrywa z H&M.*

Źródło: *Tis 09 jan 6:00*,

<https://www.svtplay.se/video/16935682/morgonstudion/morgonstudion-09-jan-06-00?start=auto&tab=2018>

Ilustracja nr 6: s. 151.

Reakcja Sorayi Hashim na reklamę H&M

Hasło: *Błędy reklamowe H&M i PR-owe niepowodzenia.*

Źródło: *H&M får skylla sig själva när folk blir rasande,*

<https://www.tv4.se/klipp/va/3951743/h-m-far-skylla-sig-sjalva-nar-folk-blir-rasande>

Ilustracja nr 7: s. 159.

Dziennikarki Hoda Kotb oraz Savanna Guthrie w rozmowie z Michelle Obama.

Źródło: *Michelle Obama On Current Political Climate: 'Fear Is Not A Proper*

Motivator' | TODAY, <https://www.youtube.com/watch?v=nzZ8ESXJSiw&t=25s>

Ilustracja nr 8: s. 159.

Widzowie *Today* zebrani pod tymczasową sceną w Nowym Jorku.

Źródło: *Michelle Obama On Current Political Climate: 'Fear Is Not A Proper*

Motivator' | TODAY, <https://www.youtube.com/watch?v=nzZ8ESXJSiw&t=25s>

Ilustracja nr 9: s. 160.

Widzowie *Today* zebrani pod sceną oraz na trybunach w plenerowym odcinku specjalnym.

Źródło: *Michelle Obama On Current Political Climate: 'Fear Is Not A Proper*

Motivator' | TODAY, <https://www.youtube.com/watch?v=nzZ8ESXJSiw&t=25s>

Ilustracja nr 10: s. 160.

Michelle Obama pozdrawiająca widzów *Today*.

Źródło: *Michelle Obama On Current Political Climate: 'Fear Is Not A Proper*

Motivator' | TODAY, <https://www.youtube.com/watch?v=nzZ8ESXJSiw&t=25s>

Ilustracja nr 11: s. 168.

Prowadzący *Morgonstudion* w rozmowie ze Staffanem Heimersonem

Hasła na pasku informacyjnym: *Staffan Heimerson po #metoo.*

[Staffan Heimerson] Wciąż tworzy nagłówki.

Źródło: *Mån 19 feb 6:00*,

<https://www.svtplay.se/video/16935682/morgonstudion/morgonstudion-19-feb-06-00?start=audio&tab=2018>

Ilustracja nr 12: s. 169.

Prowadzący *Morgonstudion* oraz Staffan Heimerson w studiu szwedzkiego programu porannego telewizji SVT.

Źródło: *Mån 19 feb 6:00*,

<https://www.svtplay.se/video/16935682/morgonstudion/morgonstudion-19-feb-06-00?start=audio&tab=2018>

Ilustracja nr 13: s. 182.

Układ trójkątny oraz aliteracja w haśle na pasku informacyjnym: *First, fierce & female* zwiększa oddziaływanie perswazyjne na odbiorcę.

Reprezentantki z agencji NASA, lotniska wojskowego Oceana oraz nowojorskiej straży pożarnej w rozmowie z prowadzącymi *Today*.

Źródło: *TODAY's International Women's Day guests share advice for young girls*,

<https://www.today.com/video/today-s-international-women-s-day-guests-share-advice-for-young-girls-1454384195694>

Ilustracja nr 14: s. 182.

Aliteracja w haśle na pasku informacyjnym: *Space station shoutout* zwiększa oddziaływanie perswazyjne na odbiorcę.

Widzowie *Today* zebrani przy ekranie, na którym wyświetlono nagrany podczas misji NASA przekaz od astronautki Anne McClain.

Źródło: *TODAY's International Women's Day guests share advice for young girls*,

<https://www.today.com/video/today-s-international-women-s-day-guests-share-advice-for-young-girls-1454384195694>

Ilustracja nr 15: s. 191.

Ebba Witt-Brattström i Ylva Perera w rozmowie z prowadzącymi program w studiu *Nyhetsmorgon*.

Hasła na pasku informacyjnym: *Przyszłość feminizmu.*

Nowa antologia o feminizmie teraz i dawniej.

Źródło: *Feminismens framtid: "Vi måste ha med oss männen"*,

<https://www.tv4.se/nyhetsmorgon/klipp/feminismens-framtid-vi-m%C3%A5ste-ha-med-oss-m%C3%A4nnen-3960465>

Ilustracja nr 16: s. 196.

Układ trójkątny prezentowanych na ekranie postów
zwiększa oddziaływanie perswazyjne na odbiorcę.

Hasła na paskach informacyjnych: *Reakcja na „rasistowski” post Trumpa.*

Demokraci oburzeni postem dotyczącym „powrotu” [kongresmenek].

Źródło: *Trump tells congresswomen to 'go back' to countries they came from,*

<https://www.today.com/video/trump-tells-congresswomen-to-go-back-to-countries-they-came-from-63862853743>

Ilustracja nr 17: s. 199.

Odpowiedź kongresmenki Ayanny Pressley na post zamieszczony przez Donalda Trumpa.

Użycie kapitalizacji wzmacnia przekaz, a żółte oznaczenie koncentruje uwagę odbiorcy na wybranym fragmencie.

Źródło: *Trump tells congresswomen to 'go back' to countries they came from,*

<https://www.today.com/video/trump-tells-congresswomen-to-go-back-to-countries-they-came-from-63862853743>

Ilustracja nr 18: s. 199.

Aluzja do znanego hasła wyborczego we fragmencie wypowiedzi Nancy Pelosi oraz samo oznaczenie go na żółto zwiększa oddziaływanie perswazyjne na odbiorcę.

Źródło: *Trump tells congresswomen to 'go back' to countries they came from,*

<https://www.today.com/video/trump-tells-congresswomen-to-go-back-to-countries-they-came-from-63862853743>

Ilustracja nr 19: s. 200.

Wyróżnienie fragmentu wypowiedzi w formie wycinka dokumentu wyświetlonego na ekranie koncentruje na nim uwagę odbiorcy.

Źródło: *Trump tells congresswomen to 'go back' to countries they came from*,
<https://www.today.com/video/trump-tells-congresswomen-to-go-back-to-countries-they-came-from-63862853743>

Ilustracja nr 20: s. 203.

Amerikanista, profesor Dag Blanck podczas wywiadu w *Morgonstudion*.

Hasło na pasku informacyjnym: *Trump oskarżony o rasizm*.

Źródło: *Tis 16 jul 6:00*,
<https://www.svtplay.se/video/20313114/morgonstudion/morgonstudion-16-jul-06-00?tab=2019>

Ilustracja nr 21: s. 208.

Post Donalda Trump zamieszczony w serwisie Twitter.

Źródło: <https://twitter.com/realDonaldTrump/status/1152307567634391041>

Ilustracja nr 22: s. 212.

Zaprezentowany w *Morgonstudion* fragment filmu zamieszczonego przez A\$APa Rocky'ego na jego koncju w serwisie Instagram.

Hasła na pasku informacyjnym: *Podejrzany o napaść w Szwecji*.

Wielu protestuje przeciwko zatrzymaniu.

Źródło: *Tis 16 jul 6:00*,
<https://www.svtplay.se/video/20313114/morgonstudion/morgonstudion-16-jul-06-00?tab=2019>

Ilustracja nr 23: s. 213.

Prowadzące *Morgonstudion* w rozmowie z Alexandrem Norénem relacjonującym spod Białego Domu.

Hasła na pasku informacyjnym: *Donald Trump zawiedziony Stefanem Löfvenem*.

„Szwecja zawiiodła czarnoskórych”.

Źródło: *Tis 16 jul 6:00*,

<https://www.svtplay.se/video/20313114/morgonstudion/morgonstudion-16-jul-06-00?tab=2019>

Ilustracja nr 24: s. 213.

Post Donalda Trumpa zamieszczony w serwisie Twitter.

Źródło: *Tis 16 jul 6:00*,

<https://www.svtplay.se/video/20313114/morgonstudion/morgonstudion-16-jul-06-00?tab=2019>

Ilustracja nr 25: s. 214.

Bezpośrednie użycie nazwy wartości (*FREEDOM* – „wolność”) w poście Donalda Trumpa prezentowanym w *Morgonstudion*.

Źródło: *Tis 16 jul 6:00*,

<https://www.svtplay.se/video/20313114/morgonstudion/morgonstudion-16-jul-06-00?tab=2019>

Ilustracja nr 26: s. 215.

Adriano Espaillat podczas wyemitowanego w *Morgonstudion* wywiadu z Alexandrem Norénem.

Źródło: *Tis 16 jul 6:00*,

<https://www.svtplay.se/video/20313114/morgonstudion/morgonstudion-16-jul-06-00?tab=2019>

Ilustracja nr 27: s. 223.

Posty Donalda Trumpa w serwisie Twitter potwierdzające odwołanie przez niego wizyty w Danii ze względu na brak zainteresowania sprzedażą Grenlandii ze strony duńskiej.

Źródło: <https://twitter.com/realdonaldtrump/status/1163961884225277954>

Ilustracja nr 28: s. 224.

Ukazane w multimodalnym przekazie (za pomocą obrazu po lewej stronie, słów wypowiedzianych przez prezydenta USA oraz napisów na ekranie) kontrastowe porównanie kraju i łączonej z nim kultury oraz ludzi do nieruchomości na sprzedaż. Hasła na pasku informacyjnym: „*Zasadniczo jest to wielka transakcja nieruchomości*”. *Trump potwierdza zainteresowanie kupnem Grenlandii.*

Źródło: *President Trump confirms his interest in buying Greenland*,
<https://www.today.com/video/president-trump-confirms-his-interest-in-buying-greenland-66468933750>

Ilustracja nr 29: s. 225.

Wypowiedź premier Danii Mette Frederiksen negująca propozycję kupna Grenlandii przez Donalda Trumpa.

Źródło: *President Trump confirms his interest in buying Greenland*,
<https://www.today.com/video/president-trump-confirms-his-interest-in-buying-greenland-66468933750>

Ilustracja nr 30: s. 227.

Andreas Utterström, dziennikarz i ekspert w dziedzinie amerykanistyki podczas rozmowy w *Morgonstudion*.

Hasła na pasku informacyjnym:

Delikatnie mówiąc, małe duńskie zainteresowanie transakcją.

USA chcą kupić Grenlandię.

Źródło: *Tis 20 aug 6:00*,
<https://www.svtplay.se/video/23116106/morgonstudion/morgonstudion-20-aug-06-00?tab=kommande&sida=2>

Ilustracja nr 31: s. 228.

Johan Wessman w audiowizualnej rozmowie z prowadzącymi *Morgonstudion*.

Multimodalny charakter przekazu na ekranie: obraz (fotografie i filmy przedstawiające Grenlandię), słowa eksperta oraz napisy na pasku informacyjnym.

Źródło: *Tis 20 aug 6:00*,

<https://www.svtplay.se/video/23116106/morgonstudion/morgonstudion-20-aug-06-00?tab=kommande&sida=2>

Ilustracja nr 32: s. 232.

Jens B. Nordström w rozmowie z prowadzącymi *Nyhetsmorgon* na tle ekranu, na którym wyświetlone zostały czynniki optujące za kupnem Grenlandii przez USA. Hasło na pasku informacyjnym: *Trump chce kupić Grenlandię, ale ta nie jest na sprzedaż.*

Źródło: *Trump vill köpa Grönland: "Vill skapa ett Trumpland"*,

<https://www.tv4.se/nyhetsmorgon/klipp/trump-vill-köpa-grönland-vill-skapa-ett-trumpland-12491030>

Ilustracja nr 33: s. 232.

Marcus Oscarsson w rozmowie z prowadzącą *Nyhetsmorgon*, prezentujący post Donalda Trumpa przedstawiający wieżowiec z napisem „Trump” wybudowany na jednym z grenlandzkich osiedli.

Źródło: *Marcus: Donald Trump beter sig som en jättebebis*,

<https://www.tv4.se/klipp/va/12494730/marcus-donald-trump-beter-sig-som-en-jattebebis>

Ilustracja nr 34: s. 238.

Savannah Guthrie w rozmowie z Kristen Walker oraz Claire McCaskill.

Hasła na pasku informacyjnym: *Impeachment nabiera tempa.*

Przekorny Trump odpiera atak, podczas gdy Demokraci się nie zatrzymują.

Źródło: *Trump allies concerned about impeachment inquiry: Analysts*,

<https://www.today.com/video/trump-allies-concerned-about-impeachment-inquiry-analysts-69964869832>

Ilustracja nr 35: s. 240.

Nancy Pelosi potwierdzająca rozpoczęcie procedury impeachmentu

Hasło na pasku informacyjnym: *USA inicjują proces impeachmentu.*

Źródło: *Ons 25 sep 2019 6:00*,

<https://www.svtplay.se/video/20312910/morgonstudion/morgonstudion-25-sep-06-00-2?cmpid=del:em:09-25-2019:morgonstudion:pla:lp-app>

Ilustracja nr 36: s. 241.

Nancy Pelosi w przemowie, w której podkreśla, że „nikt nie stoi ponad prawem”.

Źródło: *Ons 25 sep 2019 6:00*,

<https://www.svtplay.se/video/20312910/morgonstudion/morgonstudion-25-sep-06-00-2?cmpid=del:em:09-25-2019:morgonstudion:pla:lp-app>

Ilustracja nr 37: s. 245.

Marcus Oscarsson prezentujący reakcje Donalda Trumpa w postaci postów zamieszczonych w serwisie Twitter.

Hasła na pasku informacyjnym: *Trump w trudnej sytuacji.*

Demokraci w porozumieniu mającym na celu obalenie Trumpa.

Źródło: *Marcus: Alla väntar på att del av Trumps telefonsamtal,*

<https://www.tv4.se/nyhetsmorgon/klipp/marcus-alla-vaentar-pa-att-del-av-trumps-telefonsamtal-12500977>

Ilustracja nr 38: s. 252.

Greta Thunberg po przybyciu do Nowego Jorku w sierpniu 2019 roku.

Hasła na pasku informacyjnym: *Nastoletnia agitorka dotarła do Nowego Jorku.*

Przemierzyła Atlantyk na jachcie zasilanym wiatrem i słońcem.

Źródło: *Teen climate activist Greta Thunberg completes sailing trip to New York,*

<https://www.today.com/video/teen-climate-activist-greta-thunberg-completes-sailing-trip-to-new-york-67750469886>

Ilustracja nr 39: s. 254.

Reakcja Greta Thunberg na przybycie Donalda Trumpa na Konferencję klimatyczną ONZ w Nowym Jorku we wrześniu 2019 roku.

Hasła na pasku informacyjnym: *Greta i Trump w tym samym pomieszczeniu.*

Jedno spojrzenie mówi więcej niż... [tysiąc słów].

Źródło: *Fre* 27 sep 2019,

<https://www.svtplay.se/video/20312902/morgonstudion/morgonstudion-27-sep-06-00-2?cmpid=del:an:09-27-2019:morgonstudion:pla:lp-app>

Ilustracja nr 40: s. 255.

Tove Nordström oraz James Savage w rozmowie z prowadzącymi w studiu *Morgonstudion*.

Źródło: *Fre* 27 sep 2019,

<https://www.svtplay.se/video/20312902/morgonstudion/morgonstudion-27-sep-06-00-2?cmpid=del:an:09-27-2019:morgonstudion:pla:lp-app>

Ilustracja nr 41: s. 257.

Johan Kuylenstierna prezentujący dane dotyczące zmian klimatycznych w latach 2015-2019.

Hasła na pasku informacyjnym: *Konferencja klimatyczna.*

Okres ostatnich pięciu lat najcieplejszym od XIX wieku.

Źródło: *Gretas arga tal i FN: "Hur vågar ni?!"*,

<https://www.tv4.se/klipp/va/12500824/gretas-arga-tal-i-fn-hur-vagar-ni>

Ilustracja nr 42: s. 264.

Prezentacja materiałów ukazujących ogień trawiący wzgórze Kalifornii z lotu ptaka.

Hasła na pasku informacyjnym: *Stan wyjątkowy w Kalifornii.*

Milion osób bez prądu podczas dewastacji północy i południa stanu przez pożary.

Źródło: *Raging winds fuel California wildfires, forcing more evacuations,*

<https://www.today.com/video/raging-winds-fuel-california-wildfires-forcing-more-evacuations-72306245605>

Ilustracja nr 43: s. 264.

5000 ratowników – informacja określająca liczbę osób udzielających pierwszej pomocy podczas pierwszych dni pożarów w Kalifornii w 2019 roku.

Użycie czerwonego koloru oraz powiększenie czcionki, zwiększa oddziaływanie perswazyjne na odbiorcę.

Źródło: *Raging winds fuel California wildfires, forcing more evacuations*,
<https://www.today.com/video/raging-winds-fuel-california-wildfires-forcing-more-evacuations-72306245605>

Ilustracja nr 44: s. 265.

Strażacy przy *foodtrucks* wynajętym dla nich przez LeBrona Jamesa.

Źródło: *Raging winds fuel California wildfires, forcing more evacuations*,
<https://www.today.com/video/raging-winds-fuel-california-wildfires-forcing-more-evacuations-72306245605>

Ilustracja nr 45: s. 268.

Prowadzący *Morgonstudion* w wideokonferencji z Jeanette Öhman. Multimodalny sposób przekazywania informacji (obraz katastrofy komentowany przez prowadzących oraz reporterkę za pomocą słów, tonu głosu i mimiki) zwiększa oddziaływanie perswazyjne na odbiorcę.

Hasła na pasku informacyjnym: *Burmistrz ogłasza stan wyjątkowy.*

Pożary lasów zagrażają tysiącom.

Źródło: *Tis 29 oct 2019*, <https://www.svtplay.se/video/20312810/morgonstudion/29-okt-0600>

Ilustracja nr 46: s. 269.

Prowadzący *Morgonstudion* w rozmowie z Andreą Tegstam

Multimodalny sposób przekazywania informacji zwiększa oddziaływanie perswazyjne na odbiorcę.

Źródło: *Tis 29 oct 2019*, <https://www.svtplay.se/video/20312810/morgonstudion/29-okt-0600>

Ilustracja nr 47: s. 270.

Wyświetlony w *Morgonstudion* fragment artykułu z gazety *Svenska Dagbladet* opisujący wynajęcie prywatnej straży pożarnej przez mieszkańców w Kalifornii celebrytów – połączenie tekstu z obrazem, uzupełnione komentarzem dziennikarzy tworzy przekaz multimodalny oddziałujący perswazyjnie na odbiorcę.

Źródło: *Tis* 29 oct 2019, <https://www.svtplay.se/video/20312810/morgonstudion/29-okt-0600>

Ilustracja nr 48: s. 273.

Przewodniczący straży pożarnej w Kalifornii w wypowiedzi tłumaczonej na żywo na język migowy.

Źródło: *Bränderna i Kalifornien – “31 personer döda” - Nyhetsmorgon (TV4)*,
<https://www.youtube.com/watch?v=x2UijnUT9JI>

Ilustracja nr 49: s. 273.

Wyświetlana na ekranie *Nyhetsmorgon* mapa informująca o warunkach pogodowych i ukazująca bieżący stan zniszczeń oraz ilość objętych pożarami terenów.

Źródło: *Bränderna i Kalifornien – “31 personer döda” - Nyhetsmorgon (TV4)*,
<https://www.youtube.com/watch?v=x2UijnUT9JI>

Ilustracja nr 50: s. 274.

Prowadzący *Nyhetsmorgon* w rozmowie z Lisą Grenfors.

Multimodalny przekaz (połączenie obrazu z komentarzem rozmówców oraz napisami na ekranie) wzmacnia oddziaływanie perswazyjne na odbiorcę.
Hasła na pasku informacyjnym: *Požary w Kalifornii.*

Prace gaśnicze oraz polityka klimatyczna.

Źródło: *Bränderna i Kalifornien – “31 personer döda” - Nyhetsmorgon (TV4)*,
<https://www.youtube.com/watch?v=x2UijnUT9JI>

Ilustracja nr 51: s. 275.

Post Donalda Trumpa skierowany do zarządu Służby Leśnej w Kalifornii.

Źródło: *Bränderna i Kalifornien – “31 personer döda” - Nyhetsmorgon (TV4)*,
<https://www.youtube.com/watch?v=x2UijnUT9JI>

Ilustracja nr 52: s. 281.

Uczestnicy parady przy barze Stonewall Inn.

Hasła na pasku informacyjnym: *Stonewall 50 lat później.*

Tysiące ludzi zbierają się, aby uczcić zamieszki, które doprowadziły do ruchu.
Źródło: *Stonewall Inn Celebrations Mark 50 Years Since Start Of LGBTQ Movement | TODAY*, <https://www.youtube.com/watch?v=33ale3PbVYI>

Ilustracja nr 53: s. 285.

Prowadząca *Morgonstudion* w rozmowie z Vix Victorią Herjeryd oraz Rickardem Söderbergiem.

Hasła na pasku informacyjnym: *Temat tegorocznego festiwalu to „Jesteśmy potrzebni”.*
Dziś rozpoczyna się sztokholmska Parada Równości.

Źródło: *Mån 29 jul 6:00*,

<https://www.svtplay.se/video/20313078/morgonstudion/morgonstudion-29-jul-06-00>

Ilustracja nr 54: s. 287.

Prowadząca *Morgonstudion* w rozmowie z współorganizatorami sztokholmskiej Parady Równości i widoczne w programie wizualne symbole równościowe.

Źródło: *Mån 29 jul 6:00*,

<https://www.svtplay.se/video/20313078/morgonstudion/morgonstudion-29-jul-06-00>

Ilustracja nr 55: s. 288.

Prezenter *Nyhetsmorgon* podczas omawiania postępów w rozwoju praw osób LGBTQ w Szwecji.

Multimodalny przekaz (obraz, napisy na ekranie oraz słowa prowadzącego) zwiększa oddziaływanie perswazyjne na odbiorcę.

Hasła na pasku informacyjnym: *Tydzień Równości.*

Ważne daty w szwedzkiej historii HBTQ.

Źródło: *När maktens män sprider hat får HBTQ-personer betala priset*,

<https://www.tv4play.se/klipp/25873cc1e5511faeaa04>.