

<https://doi.org/10.19195/2082-8322.13.7>

Jakub Wilk

ORCID: 0000-0002-1505-1949

Uniwersytet Wrocławski

Dyskursywne procesowanie zagadnień kulturowych na antenie Pierwszego Programu Polskiego Radia – rewizja konfrontatywna

Wprowadzenie

Media od początków swego istnienia przyjęły na siebie zadanie pośredniczenia między światem zastanym a swoim odbiorcą, dostarczania mu wiedzy o zjawiskach, do których sam nie mógłby dotrzeć, a także wpływania na dotychczasowy światopogląd zgodnie z daną aksjologią (publicystyka). Konsekwencją tego stanu rzeczy jest konieczność prowadzenia transformacji informacji o świecie na komunikat przystępny czytelnikowi/słuchaczowi/widzowi, który będzie on w stanie zaakceptować. Mechanizm przetwarzania danych zaczerpniętych z różnego rodzaju dyskursów profesjonalnych na ów klarowny przekaz stanowiący zawartość mediów jest interesującym polem badawczym analityków dyskursu — jest bowiem kwintesencją procesu generowania treści oferowanych odbiorcy masowemu (konsumentowi mediów masowych).

W kontekście procedowania treści przez podmioty medialne intrygujące jest też pewnego rodzaju dychotomiczne zawieszenie ich między podążaniem za rozwojem technologicznym (dotyczy on również sposobów prezentacji i zakresu oferowanych odbiorcom treści) a podtrzymywaniem znanego — i co ważniejsze „zaakceptowanego” lub nawet „lubianego” — adresatom przekazu *status quo*. Modyfikowanie utrwalonego już modelu przekazywania informacji może bowiem skutkować pewnego rodzaju dyskomfortem komunikacyjnym audytorium czy nawet rezygnacją z odbioru w skrajnych przypadkach, gdy oczekiwania wobec nadawcy znacznie się różnią od

nowego kształtu oferty programowej. W historii wielu podmiotów medialnych na rynku polskim obserwować można rozmaite sposoby wprowadzania tego rodzaju zmian, a najbardziej wyraźnymi są modyfikacje o dużej skali w obrębie danej marki¹ (*rebranding*). Znacznie trudniejszymi do obserwacji są drobne zmiany treściowe o charakterze dyskursywnym (będące przedmiotem zainteresowania w niniejszym artykule), wprowadzane długofalowo, w ciągu tygodni czy miesięcy. Żeby je wychwycić, potrzeba analiz rozłożonych w czasie, zogniskowanych wokół ściśle wytyczonego obszaru badawczego.

Przedmiot badań, metodologia

Zainteresowanie analizą komunikowania zapośredniczonego przez media elektroniczne (a dokładniej przez radio), mające swoje odzwierciedlenie w publikacji traktującej o dyskursywnym modelu odbiorcy Pierwszego Programu Polskiego Radia², ma swoją kontynuację w tym artykule. Dane zebrane na potrzeby wspomnianej książki są bowiem punktem wyjścia badań przeprowadzonych obecnie i nieodzownym kontekstem do wykonania analiz realizujących temat niniejszej publikacji. Chodzi tu o zapis audycji *Cztery pory roku* z czwartku 23 lutego 2017 roku, nadawanej na antenie Pierwszego Programu Polskiego Radia między godziną dziewięć a dwunastą. Jako że badania prowadzone na potrzeby tego artykułu określam mianem rewizji konfrontatywnej, w zestawieniu znajduje się także odsłona wymienionej audycji z 20 lutego 2020 roku. Ideą prymarną jest tu bowiem porównanie dyskursywnych analiz obu tekstów — jakimi są w moim rozumieniu treści programów radiowych³ — wraz ze wskazaniem podobieństw i różnic, opierając się na językowym modelu badań konfrontatywnych. Na te ostatnie nie mają bowiem monopolu badacze literatury i z powodzeniem są wykorzystywane przez inne dziedziny humanistyki⁴. Co więcej, metoda ta od bardzo dawna wskazywana jest jako dająca znaczne beneficja poznawcze analizowanych dzieł:

Badania komparatystyczne były dotychczas domeną literaturoznawców, jednak próby zestawiania ze sobą różnych dzieł w celu ich lepszego poznania sięgają czasów znacznie odleglejszych. Można nawet doszukać się „intuicyjnego” stosowania tej metody, w myśl założenia, że żadnego zjawiska nie da się

¹ M. Johann, *Rebranding, czyli strategia zmiany wizerunku marki*, „Zarządzanie. Teoria i praktyka” 2013, nr 1 (7), s. 167–168.

² J. Wilk, *Dyskursywny profil słuchacza Pierwszego Programu Polskiego Radia*, Wrocław 2019.

³ „Kognitywiści z pełnym przekonaniem powtarzają, iż kategorię tekstu (tekst) buduje »zbiór wyrażeń językowych używanych w akcie komunikacji wraz z ich interpretacją dokonaną przez słuchacza bądź czytelnika« [...], interpretacją tekstu w określonym komunikacyjnym kontekście” — E. Tabakowska, *Kognitywne podstawy języka i językoznawstwa*, Kraków 2001, s. 244.

⁴ L. Krantz-Domasłowska, *Konteksty badań komparatystycznych — temat i metoda*, „Acta Universitatis Nicolai Copernici. Zabytkoznawstwo i konserwatorstwo” 43, 2012, s. 35.

bliżej poznać, nie porównując go z innym. Takie nastawienie cechowało starożytnych Rzymian, którzy mając świadomość zależności od kultury greckiej, zestawiali często teksty autorów obu nacji. Podobnie w okresie nowożytnym, pomimo odrodzenia studiów literackich, komparatystykę uprawiano w sposób „nieświadomy”⁵.

Rzecz jasna przykładane do analizowanych tekstów narzędzia wywodzę z domeny analizy dyskursu (nie wyłącznie, lecz w znacznym stopniu w jej krytycznym ujęciu). Zdają się one użyteczne, szczególnie uwzględniając doświadczenia z prowadzonych przeze mnie uprzednio badań. Można tu zaliczyć opracowanie zawartości merytorycznej, stosowane przez nadawcę strategie dyskursywne, metody wprowadzania interakcji z odbiorcami czy w końcu warstwę *stricte* językową wypowiedzeń. Podejmując się analizy dyskursywnego profilu słuchacza Radiowej Jedynki, wskazywałem na potencjał odczytań przetworzeń kulturowych zawartych w audycjach emitowanych w tłusty czwartek; to właśnie tradycje związane z tym szczególnym dniem interesują mnie najbardziej, a dokładniej sposoby przetwarzania ich przez dyskurs jako kulturowej pożywki — co daje szansę oglądu sposobów „zarządzania” tego typu zasobami przez Pierwszy Program Polskiego Radia⁶.

Wybór *Czterech pór roku* jako przedmiotu analizy porównawczej podyktowany jest dwiema przesłankami. Pierwszą z nich stanowi potencjał odczytań dyskursywnych związanych z opisanym już kapitałem kulturowym, drugi zaś jest kwestią waloru reprezentatywnego rzeczonyj audycji. Głównie dlatego, iż redakcja traktuje program jako swoją wizytówkę, na stronie internetowej audycji znajdziemy takie informacje:

Według badań audytorium Jedynki nasze pasmo to najchętniej wybierana audycja Polskiego Radia. Dziękujemy! [...] Redakcja „Czterech pór roku” to jeden z najmłodszych i najbardziej dynamicznych zespołów w Jedynce [...]⁷.

Trwający trzy godziny program nie jest w myśl gatunku *stricte* magazynem, niemniej zawiera treści o różnorodnym charakterze, łączące z sobą takie dziedziny jak: edukacja, promowanie polskiej literatury, szerzenie wiedzy historycznej, rozwiązywanie istotnych problemów dnia bieżącego i w końcu (nie mniej istotna) rozrywka.

Wyniki analizy zaprezentowane zostały w postaci dwudzielnych zestawień. Pierwsze z nich to zbiór wyliczeń statystycznych wskazujących globalne podobieństwa i różnice konfrontowanych materiałów. Znajdują się tam dane dotyczące objętości czasowej wybranych składników oraz udziały procentowe. W drugiej części — poświęconej analizie jakościowej — umieszczone zostały porównania realizacji koncepcji dyskursywnych, eksploatacji wątków kulturowych oraz egzemplifikacje tychże w postaci cytatów z przekazu antenowego (*content*) wyemitowanego w poddanych analizie programach radiowych.

⁵ *Ibidem*, s. 30.

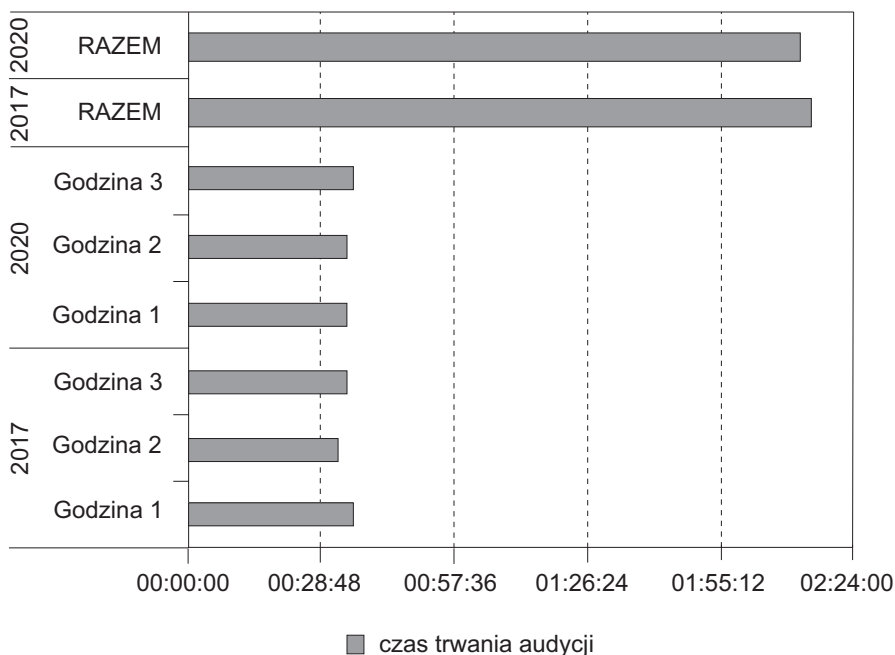
⁶ J. Wilk, *op. cit.*, s. 96.

⁷ <https://www.polskieradio.pl/7/163,Cztery-pory-roku> (dostęp: 7.08.2020).

Wyniki

Wyliczenia statystyczne

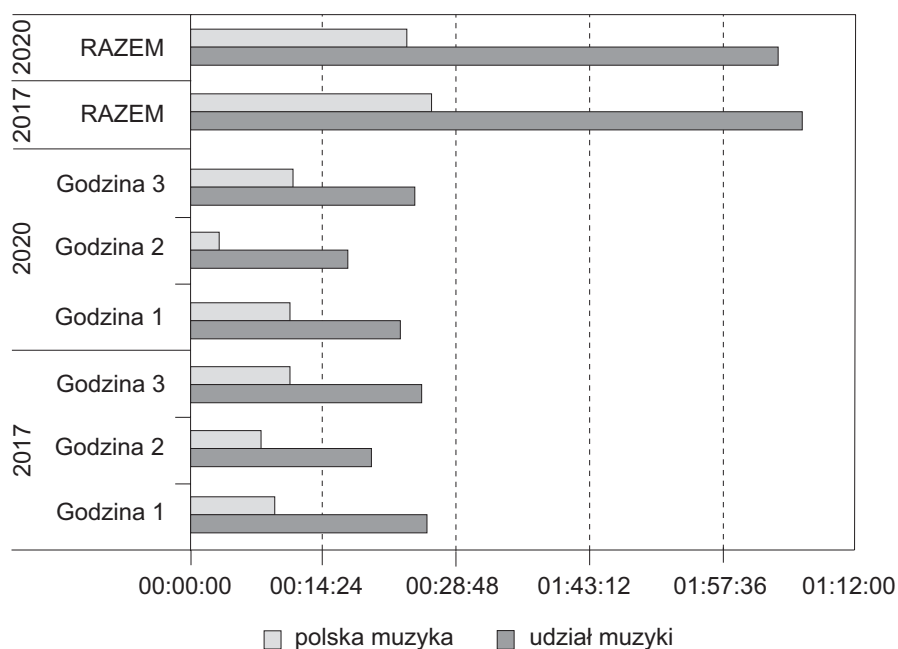
Chcąc zestawić z sobą i porównać teksty wskazanych wcześniej audycji, trzeba mieć świadomość różnic mogących wynikać z odstępu między nimi (trzy lata), co jest szczególnie ważne dla wyliczeń ilościowych. Już choćby zmiana czasu trwania audycji może bowiem determinować pojemność merytoryczną programu. Na wstępie więc podejmuję kwestię długości obu materiałów. Domyślnie audycja *Cztery pory roku* nadawana jest od dziewiątej rano do dwunastej (trzy godziny emisyjne) i to nie uległo zmianie między 2017 a 2020 rokiem. Odliczając serwisy informacyjne i drogowe, otrzymujemy zawsze wartości niższe niż 180 minut. Ze względu na to, że program składa się z wielu różnorodnych elementów (na przykład wywiady, materiały reporterskie, lektury, konkursy), odcinki audycji, zwłaszcza w ciągu lat, mogłyby się znacznie różnić długością. Tymczasem jednak tak nie jest, a przynajmniej nie w dużej skali. Różnica między rokiem 2017 (2:14:05) a 2020 (2:12:11) wynosi niespełna dwie minuty (1:54). To niewiele, jeśli wziąć pod uwagę wspomnianą wieloskładnikowość. Na wykresie 1 możemy obserwować też czasy trwania poszczególnych godzin emisyjnych audycji, które także są wyrównane.



Wykres 1. Czas trwania poszczególnych godzin programu *Cztery pory roku* emitowanego w tęstę czwartki w latach 2017 i 2020

Źródło: opracowanie własne.

Podobnie kształtuje się zestawienie wyliczeń obrazujących udział muzyki w programie (wykres 2) wraz z wyodrębnieniem utworów polskojęzycznych (określone jako „polska muzyka”). Łącznie w obu przypadkach odtworzono niemal tyle samo minut utworów, a sumaryczna różnica między porównywanymi latami wynosi 2 minuty i 36 sekund na niekorzyść 2020 roku. Audycja chronologicznie starsza była za to bardziej zbilansowana pod względem emisji muzyki. Mamy tu bowiem po siedem utworów w każdej godzinie (w tym trzy polskojęzyczne), podczas gdy w 2020 roku znajdziemy wyjątek od tego modelu. Druga godzina programu zawiera sześć utworów (w tym jeden polskojęzyczny). Oznacza to, że na antenie znalazło się w czasie trwania badanego programu łącznie dziewięć utworów polskich w 2017 roku i tylko sześć trzy lata później. Co ciekawe, statystyka minutowa wskazuje jednak, że czas trwania utworów polskojęzycznych w 2020 roku musi być nieco dłuższy, albowiem łączna liczba minut jest w obu przypadkach zbliżona (różnica 2:09).

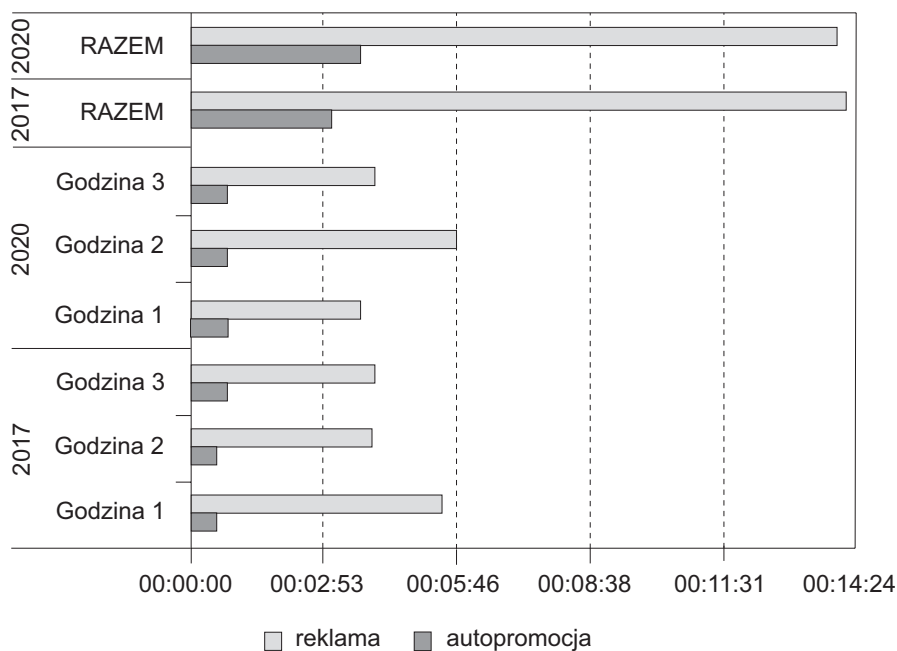


Wykres 2. Udział muzyki (w tym utworów polskojęzycznych) w programie *Cztery pory roku* emitowanym w tłuste czwartki w latach 2017 i 2020

Źródło: opracowanie własne.

Dla zachowania pełnego oglądu badanej materii należy poświęcić w tym miejscu kilka słów elementom, które nie znajdują się w obszarze zainteresowania szczegółowej analizy jakościowej, ale pojawiając się w obrębie czasu antenowego *Czterech pór roku*, niejako kształtują ramy czasowe dla innych składowych audycji. Mogą tym samym determinować ilość czasu poświęcanego na wątki merytorycznie istotne dla

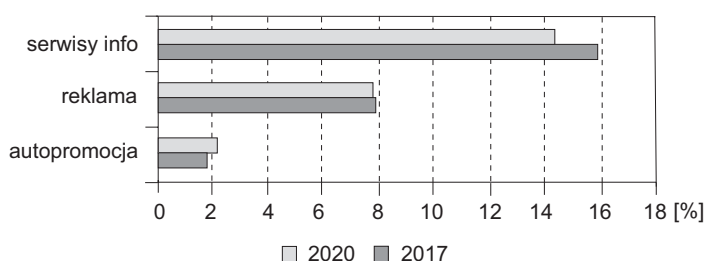
interpretacji treści kulturowych oraz interakcji z odbiorcami. Chodzi tu o bloki reklamowe i materiały określane przez redakcję mianem autopromocyjnych (mają stosowny dżingiel i są nim odseparowane od pozostałych materiałów). Obserwowane fluktuacje w obrębie czasu trwania wspomnianych elementów są nieznaczne. W 2017 roku druga godzina audycji zawierała najmniej reklam, w 2020 — najwięcej, a łączny czas trwania bloków reklamowych jest w tym ostatnim minimalnie krótszy (0:26). Odnotować też należy nieznaczne, aczkolwiek istniejące wydłużenie czasu trwania materiałów o charakterze autopromocyjnym. Może mieć to jednak charakter jedynie incydentalny. Dane te ilustruje wykres 3.



Wykres 3. Czas trwania reklam i materiałów autopromocyjnych towarzyszących programowi *Cztery pory roku* emitowanemu w tłuste czwartki w latach 2017 i 2020

Źródło: opracowanie własne.

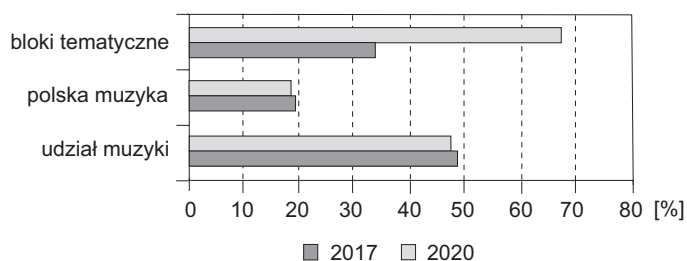
Przyglądanie się zebranym danym o audycji prowokuje pytanie, jak wiele czasu Radiowa Jedynka poświęca elementom niepowiązanym w merytoryczny sposób z treścią programu *Cztery pory roku*. Dla zachowania odpowiedniego obrazu trzeba ów udział zestawzić z pełnymi trzema godzinami porannego pasma, które zostały zarejestrowane i poddane badaniu. Uzyskane w ten sposób dane pokazują, że mimo upływu trzech lat rozbieżności między odcinkami audycji nie są wielkie, oscylują bowiem w okolicach jednego punktu procentowego. Ukazuje to wykres 4.



Wykres 4. Udział wybranych elementów w porannym paśmie Radiowej Jedynki (godz. 9.00–12.00) w latach 2017 i 2020

Źródło: opracowanie własne.

Znacznie ciekawsze wydaje się w tym kontekście to, jaki procent czasu antenowego samej audycji będącej przedmiotem niniejszego badania zajmują obszary poświęcone zagadnieniu tłustego czwartku, które mogą realizować dyskursywne strategie obróbki treści kulturowych. Znajdują się one tym samym w naturalny sposób w centrum zainteresowania zastosowanej tu analizy jakościowej. Na wykresie 5 określam je mianem „bloków tematycznych”.



Wykres 5. Udział wybranych elementów w programie *Cztery pory roku* emitowanym w tłuste czwartki w latach 2017 i 2020

Źródło: opracowanie własne.

O ile zarówno w roku 2017, jak i 2020 w sposób bardzo podobny kształtuje się zawartość muzyczna programu (blisko połowę czasu antenowego poświęcono muzyce, a zawartość polskiej muzyki zmienia się jedynie nieznacznie), to audycja chronologicznie nowsza znacznie więcej czasu poświęca tematom powiązanim z obrzędami tłustego czwartku i wszelkimi konotacjami z nim powiązanymi. Przewaga jest w tym przypadku znacząca — blisko 34 punkty procentowe (33,94). Może to świadczyć o pogłębieniu zainteresowania obrzędowością, tradycją czy też po prostu chęcią eksploatacji tła kulturowego w programie odbywającym się w dniu przypadającym na tłusty czwartek.

Zawartość wspomnianych „bloków tematycznych” została poddana głębszej analizie w obszarze badań jakościowych.

Analiza jakościowa

W tej części najważniejszymi czynnikami analizy są dyskursywne matryce i językowe sposoby komunikowania na linii medium–odbiorca, zawarte w treściach przekazywanych na antenie radiowej za pośrednictwem prowadzących program. Istotną różnicą formalną, którą należy zaznaczyć już na początku, jest to, że w 2017 roku badane *Cztery pory roku* prowadziła Małgorzata Raducha, podczas gdy trzy lata później był to duet redakcyjny Marzeny Kawy i Romana Czejarka. To ważne choćby ze względu szersze na możliwości dyskursywne, jakie towarzyszą dialogowi prowadzonemu na antenie, w przeciwieństwie do monologowania.

Chcąc zająć się merytoryczną warstwą programów, muszę wyróżnić dwa główne obszary w nich zawarte. Pierwszym (kluczowym) będą wszystkie części audycji poświęcone tradycji tłustego czwartku i związanym z nim wątkom kulturowym lub ściśle do nich nawiązujące oraz wszelkie drobne wtrącenia o analogicznej tematyce (jeśli się pojawiają) w trakcie trwania całego programu (wszystkie części). Drugi obszar zawiera pozostałe wątki tematyczne umieszczone w audycjach, niezwiązane ze wspomnianym dniem. Będą to uzupełnienia obrazowania mechanizmów dyskursywnego tworzenia komunikatu przez Pierwszy Program Polskiego Radia.

Obserwacje poczynione w głównym obszarze badania wskazują na traktowanie tłustego czwartku w sposób znacznie bardziej pogłębiony — jako pewnego rodzaju tła kulturowe, rezerwuar wątków — niż tylko pretekst do rozmowy na antenie o pączkach, kaloriach czy przepisach kulinarnych. Nawet te najprostsze kwestie zostają wcześniej lub później wzbogacone o merytoryczne uzasadnienie. Bardzo ważna jest tu rola tradycji, uwarunkowań historycznych i znajomości kultury nie tylko polskiej, lecz także innych krajów europejskich. Poznajemy je dzięki tematowi audycji⁸, ale i samym słuchaczom biorącym w niej udział, jak na przykład słuchaczka piszącej, że w Skandynawii „tłusty dzień” obchodzi się w ostatni wtorek przed środą popielcową, jest to dzień Semli, czyli bułeczki z bitą śmietaną i nadzieniem migdałowym⁹. Nie sama wiedza o tradycji innych krajów stanowi walor; udzielając głosu słuchaczom, redakcja promuje dzielenie się wiedzą w obrębie radiowej społeczności, tworząc jednocześnie atmosferę wspólnotowości i wzajemnej pomocy.

Niebagatelną rolę w odkrywaniu tradycji i docieraniu do korzeni znanych dziś zwyczajów odgrywają eksperci zapraszani do programu. W 2017 roku była to Amudena Rutkowska z Państwowego Muzeum Etnograficznego, dzięki której słuchacze mogli zaznajomić się z nie do końca wyjaśnioną historią pochodzenia pączków, początkowym stosowaniem niesłodkiego ciasta do ich wyrobu, a także możliwą turecką proweniencją słodkiej odmiany tego deseru, który początkowo zadebiutował w po-

⁸ Prowadząca Marzena Kawa: „Według tradycji w tłusty czwartek trzeba jeść, bo to symbol tego, że będzie nam się wiodło [w kolejnym roku — J.W.]” — R. Czejarek, M. Kawa, *Cztery pory roku*, „Polskie Radio 1” 20.02.2020, [132’].

⁹ *Ibidem*.

łudniowej Polsce; ponadto gościni opowiada o roli smakołyku w kontekście Wielkiego Postu, podczas którego obowiązywał zakaz jedzenia nabiału czy słoniny¹⁰. Temat karnawału został rozwinięty i ewoluował w opowieść Rutkowskiej o etymologii nazwy (*carnem vale*) oraz porównaniach z obchodami w całej Europie, ze szczególnym uwzględnieniem konkretnych obrzędów, jak na przykład korowodów czy powracającego na wsi chodzenia po domach przebierańców¹¹. Gościem w roli eksperta w 2020 roku był natomiast Tomasz Jakubiak, mistrz kuchni i dziennikarz kulinarny (prowadzący łączy się z nim telefonicznie). W tym odcinku rozmowa prowadzona jest na bardziej nieformalnym poziomie i zawiera znacznie mniej wątków o charakterze edukacyjnym lub historycznym. Wśród omawianych zagadnień znajduje się możliwość stworzenia pączka *light* (niskokalorycznego), kwestia tego, jakie nadzienie jest tym najbardziej tradycyjnym (Roman Czejarek pyta nawet: „Co ma tam być w środku, żeby to był pączek prawdziwy, taki nasz, polski?”¹²), czy możliwość odróżnienia pączka świeżego od usmażonego kilka dni wcześniej. Zwieńczeniem rozmowy i swoistym podsumowaniem jest zachęta ze strony Jakubiaka do próby przygotowania tego deseru samodzielnie w domu, zachęcania do udziału dzieci, gdyż jest to świetny sposób na spędzenie czasu i dobrą zabawę: „Ludzie otworzyli się na gotowanie, sami robią pączki, sensoryczne jest robienie tego razem, przygoda i zabawa, dzieciaki Kochają robić pączki”¹³.

W obu audycjach znajdują się także nagrania reporterskie, w trakcie których słuchacze mogą złożyć dźwiękową wizytę w cukierniach i posłuchać o ich historii. W audycji z 2017 roku dzieje się to za pośrednictwem rozmowy telefonicznej z Małgorzatą Swobodą z Cukierni Jagiellońskiej, a trzy lata później słuchamy materiału Agnieszki Ciecierskiej z pracowni cukierniczej Władysława Zagoździńskiego. Każdy z omawianych materiałów jest tu nośnikiem informacji powiązanych z historią i tradycją; w starszej audycji dotyczy to technologii wyrobu pączków i chrustu z poszanowaniem tradycji, w drugiej zaś narracja koncentruje się wokół rodzinnej historii zakładu (działającego od 1925 roku), ważnych osobistości kupujących tamże (adiutant Piłsudskiego) czy w końcu zachowanych oryginalnych mebli sprzed II wojny światowej¹⁴; jest bardziej personalna, skupiona na ludziach i wielopokoleniowej tradycji pracy w danym miejscu.

Poza opisanym kontekstem historycznym w programie pojawia się też kwestia dbania o zdrowie i kondycję. O ile w audycji prowadzonej przez Małgorzatę Raduchę ogranicza się to jedynie do kilku wątków związanych z zachęcaniem do spalania kalorii i podkreślających prozdrowotne walory jedzenia pączków, to w programie z 2020 roku znaleźć już można próby odnalezienia przepisu i składników na lekkostraw-

¹⁰ M. Raducha, *Cztery pory roku*, „Polskie Radio 1” 23.02.2017, [134’].

¹¹ *Ibidem*.

¹² R. Czejarek, M. Kawa, *op. cit.*

¹³ *Ibidem*.

¹⁴ M. Raducha, *op. cit.*

ną wersję deseru, a także konkretne porady traktujące o sposobach spalania kalorii i wyliczenia czasu wykonywania określonych ćwiczeń. Są to różnorodne rozwiązania, dopasowane niejako do potrzeb, zainteresowań i upodobań słuchaczy. Świadczy to — przynajmniej na poziomie dyskursywnym — o dbałości prowadzących o zdrowie odbiorców audycji.

By zwieńczyć temat tłustego czwartku, muszę wskazać jeszcze na pozostałe, drobne sposoby eksploatacji tego święta w tekstach autorów audycji. Są to wszelkiego rodzaju sformułowania, gry słowne i kontekstowe, których używają oni do humorystycznego wskazania na rzeczony szczególnie czwartek w roku. Małgorzata Raducha stosuje raczej drobne sformułowania wplatanie w monolog, którymi nawiązuje do wątku, jak na przykład: „statystycznie zjemy dwa i pół pączka na głowę, ja jestem w ariergardzie tej statystyki [...], ale już się cieszę na ten kawałek nieba na ziemi”, „ekokomosa w otulinie topinamburu idzie [dziś — J.W.] w odstawkę”, „plasterek na sumienie po tłustym czwartku”; podobnie jest z wypowiedzią Bogdana Sawickiego¹⁵: „zasłoniłbym pączkiem niebo i starał się na nie nie patrzeć”¹⁶. Z kolei w *Czterech porach roku* z 2020 roku poza tego rodzaju nawiązaniem (na przykład Roman Czejarek: „Sprawdzałaś, ile trzeba jeździć na rowerze, żeby spalić kalorie z jednego pączka?” — co jest aluzją do tekstu wysłuchanej piosenki Lecha Janerki, *Rower*) na uwagę zasługują rozbudowane historie osobiste, za których pośrednictwem dokonuje się swoista eksploatacja tematu tłustego czwartku. Za przykład mogą posłużyć:

[Czejarek:] Mam same problemy przez te pączki. Wydawało się, że to takie proste. Rano dostałem polecenie, żeby pojechać i kupić pączki, i pojechałem — jest taka znajoma cukiernia w okolicy i oczywiście tam mają przed siódmą otwarte — i pani się pyta „jaki?”, ja mówię „taki najzwyczajniejszy”. „No ale jaki to ma być? Z toffi, skórką pomarańczy, różą w środku, dżemem?”.

[Kawa:] Umiar i rozsądek dziś odkładamy na bok, dzisiaj tłusty czwartek, możemy sobie pozwolić na dodatkowe kalorie, a jest ich naprawdę dużo.

[Czejarek:] O nie, nie, jakbyś porozmawiała z moją żoną, tobyś wiedziała.

[Kawa:] Krzysztof Kuzak w naszym studiu; ile pączków ci się udało zjeść od rana albo faworków?

[Kuzak:] Pewnie zaskoczę państwa, dlatego że żadnego, bo ja jem tylko pączki mojej mamy. Mama w Skierniewicach, ja w Warszawie, więc dziś nie będę miał okazji zjeść pysznego pączka z wiśniami.

[Czejarek:] A kiedy do mamy jedziesz?

[Kuzak:] Jeszcze nie wiem, ale już jadłem w tym roku¹⁷.

Buduje to wrażenie poznawania życia prywatnego prowadzących i ich cech, przedstawianego jednocześnie bez utraty bieżącego kontekstu audycji.

¹⁵ Zmarły w październiku 2018 roku dziennikarz prezentujący prognozę pogody; zob. *Rok temu odszedł dziennikarz radiowej Jedyńki Bogdan Sawicki*, „Portal Polskiego Radia SA”, <https://www.polskie-radio.pl/7/163/Artykul/2384152,Rok-temu-odszedl-dziennikarz-radiowej-Jedynki-Bogdan-Sawicki> (dostęp: 9.08.2020).

¹⁶ *Ibidem*.

¹⁷ R. Czejarek, M. Kawa, *op. cit.*

W wypadku Pierwszego Programu Polskiego Radia ważną pozycję w układzie komunikacyjnym zajmuje także odbiorca. Często — wprowadzając w sposób moderowany przez autorów programu — współtworzy treść¹⁸, wskazuje wątki do omówienia i wprowadza argumenty do bieżącej dyskusji. Słuchacze kontaktują się z redakcją za pomocą połączenia telefonicznego, SMS-ów, poczty elektronicznej oraz profilu stacji w serwisie Facebook. Cytowane są wypowiedzi o różnorodnym charakterze, między innymi znajdziemy:

— komentujące, opinie: „Pączek stracił renomę, kiedyś jadło się je od sylwestra do Popielca, dziś są cały rok, pełno tej gliniastej tandety” (2017); „U mnie w domu pączków nie ma, honorujemy za to domowej roboty obwarzanki czy też — jak kto woli nazywać — oponki” (2020); „Nie wiem, jak to się dzieje, ale pączek i pizza zawsze poprawiają mi humor, gdy mam »psychodołek«” (2017);

— pytania do redakcji: „Pani Beata też ma problem, bo się pyta, czy jak się słucha radia, to się spalają kalorie” (2020); „Pączki pycha, ale jak zjeść, żeby się nie ubrudzić? Mój znajomy jada nożem i widelcem, czy tak wypada?” (2017);

— informujące: telefon od słuchaczki wyjaśniający, czym są pączki *light*: „Pączki *light*, pączki serowe produkowane w Łodzi, nie wpływają na tuszę, nie zatrują kaloriemi, nie trzeba robić wyczynów sportowych, żeby spalić te pączki” (2020); także telefonicznie podawany jest przepis na pączki ptysiowe (2020);

— dyskursywne nawiązania kulturowe: „Pączków powinno się jeść tyle, ile pani Pelagia robi, bez kozery, bombek” (2017). (Ten ostatni przykład do prawidłowego odczytania wymaga znajomości twórczości kabaretu Tey i postaci kreowanej w nim przez Bohdana Smolenia).

Prowadzący zachęcają słuchaczy do aktywnego uczestnictwa w dyskusji i udzielania się na profilu w mediach społecznościowych bądź za pośrednictwem SMS-ów: „Na Facebooku pojawiają się zdjęcia pysznych pączków, ale faworków nie widziałam jeszcze nigdzie”; „Czekamy na państwa przepisy, im lepszy przepis, tym lepiej oczywiście, podzielmy się z innymi, niech oni też spróbują tego dobrego; i z czym ma być ten idealny pączek, czy to jest róża, jakiś dzemik, a może toffi, jak to jest teraz modne? A może coś innego?”¹⁹. Nawiązuje to do tworzenia wspomnianej wcześniej wspólnoty słuchaczy Radiowej Jedynki.

Analiza drugiego obszaru tematycznego *Czterech pór roku* jest uzupełnieniem opisanych już realizacji dyskursywnych. Program z 2017 roku zawiera dwa obszerne tematy globalne, kontrastujące z lekkimi wątkami tłustego czwartku. Pierwszym z nich są problemy osób cierpiących na alergie, a Małgorzata Raducha gości w studiu internistę Michała Sutkowskiego. Lekarz w rozległej czasowo rozmowie porusza wiele wątków zawartych w pytaniach prowadzącej oraz nadesłanych przez słuchaczy w trakcie pro-

¹⁸ Na przykład, na co wskazuje Roman Czejarek: „Patrzę na te Państwa SMS-y i gdyby na podstawie tylko tego oceniać, które pączki są najlepsze, to zdecydowanie te z nadzieniem różanym”.

¹⁹ R. Czejarek, M. Kawa, *op. cit.*

gramu, między innymi mowa tu o obalaniu mitów alergicznych, różnicach w chorobie dzieci i dorosłych, metodach leczenia, testach skórnych, komorze wiedeńskiej²⁰; gość zachęca także do badań w wieku dorosłym, gdyż podłoże alergii może być różnorodne. Drugi temat globalny stanowi rozmowa z o. Filipem Buczyńskim, założycielem Lubelskiego Hospicjum dla Dzieci im. Małego Księcia. Gość opowiada o swojej pracy i ideach przyświecających placówce (promowanie życia, a nie kultywowanie umierania, skupienie na tym, co można jeszcze zrobić dla ludzi w tak trudnej sytuacji), a także wprowadza słuchaczy w temat różnych form opieki paliatywnej, uświadamiając jednocześnie, jakie są oczekiwania osób nieuleczalnie chorych²¹.

W roku 2020 w audycji znajdziemy już zestaw tematów nieporuszających tak trudnych społecznie czy etycznie wątków, które mogłyby być niełatwe do przyswojenia dla odbiorcy. Najbardziej rozległy jest obowiązek stawiania się na komisję wojskową i wszelkie wątki związane z nadawaniem przez nią kategorii. Gość płk Korneliusz Łaniewski ze Sztabu Generalnego Wojska Polskiego objaśnia proces działania komisji poborowych i odpowiada na pytania słuchaczy. Usłyszeć można również umieszczone w materiale reporterskim (Maciej Walecki) głosy osób wspominających swoje powołanie przed komisję w przeszłości. Co interesujące, tu także bardzo często mamy do czynienia z historiami z życia prywatnego lub anegdotami przytaczanymi przez prowadzących, na przykład:

Jak ja sobie przypominam kolegów na studiach, to najczęściej oni [powoływali się — J.W.] na oczy, [...] a jeden to nawet dobrowolnie zgłosił się na jakąś operację i tam pani jakaś coś mu robiła, pani okulistka, i on potem tak się migał i migał, a i tak go wzięli, na koniec. On pracuje teraz w mediach, nie powiem głośno, o kim mowa, i to dość znany dziennikarz jest nawet.

A ja mam jeszcze jedno pytanie do ciebie, czy dziewczyny patrzyły inaczej, jak się na randkę umawiały z takim [mężczyzną z kategorią — J.W.] z A czy z B, czy z C, czy to nie miało znaczenia?

Nawet w niektórych rosomakach, mogę państwu po cichu powiedzieć, są także odbiorniki radiowe wmontowane (nie fabrycznie, ale żołnierze sami montują i dowódcy zezwalają) i można, jadąc, sobie muzyczkę odpalić.

„Bażantami” nazywano tych, którzy byli w wojsku po studiach (inżynierów, magistrów), którzy byli inaczej traktowani niż pozostali [...], nas nie ruszano, a ci biedni poborowi normalni, to oni tam w masce przeciwgazowej po okopach tam i z powrotem, z plecakiem bojowym, a to tak ze 20–30 kg ważyło²².

Omawiana tu odsłona *Czterech pór roku* zawiera jeszcze dwa tematy globalne: wspomnienie Tadeusza Fredro-Bonieckiego, który otrzymał Honorowy Złoty Mikrofon (nagrodę przyznaną przez Polskie Radio) „za budowanie prestiżu Polskiego Radia na świecie, w szczególności poprzez osobiste zaangażowanie we właściwą

²⁰ M. Raducha, *op. cit.*

²¹ *Ibidem.*

²² R. Czejarek, M. Kawa, *op. cit.*

obsługę radiową wizyt i pielgrzymek św. Jana Pawła II w ojczyźnie²³ oraz otwarcie wyremontowanego Muzeum Nikifora w Krynicy-Zdroju. Przy okazji obu wątków emitowane są materiały reporterskie (Małgorzata Głogowska, Magdalena Zbylut), a prowadzący podają podstawowe informacje, które owe materiały rozwijają.

Podsumowanie

Dokonując analizy audycji *Cztery pory roku* emitowanej w tłuste czwartki w latach 2017 i 2020, należy odnotować, iż w jej generalnej strukturze, układzie i budowie nie zaszło wiele zmian, a te, które się pojawiły, można określić mianem incydentalnych i/ lub marginalnych. Zachowane zostały proporcje muzyki do słowa oraz inne elementy partycypujące w czasie antenowym. Jedyna znaczna rozbieżność, widoczna już na poziomie statystyki, to poświęcenie znacznie większej ilości czasu na tematykę kulturową tłustego czwartku w 2020 roku.

Nowsze wydanie audycji oferuje tematy łatwiej przyswajalne (szczególnie jeśli wziąć pod uwagę poranne pasmo nadawania), a także nie zawiera wątków społecznie lub komunikacyjnie trudnych (na przykład opieka paliatywna). Poruszanych przez autorów programu tematów globalnych jest też więcej niż przed trzema laty, ale nie zostają one znacząco pogłębione merytorycznie. Obie badane odsłony zawierają odniesienia do tłustego czwartku i traktują je jako kulturowe słowo kluczowe, otwierające dostęp do skojarzeniowej bazy danych o szerokim horyzoncie poznawczym. Pozwala to prowadzącym poruszać wachlarz zagadnień spokrewnionych: od przepisu na świąteczne desery, przez historię ich powstawania i ewolucji, kwestie zdrowotne i ograniczanie spożywanych kalorii, aż po historię z życia prywatnego (przynajmniej teoretycznie prawdziwe), z tematyką kulturową w tle. Wszystkie one podawane są energicznie, ze słyszalnym uśmiechem i pogodnym tonem głosu, co wpisuje się w model porannego pasma radiowego, mającego naładować słuchacza pozytywną dawką emocji na nadchodzący dzień. Pod tym względem oba wydania są do siebie bardzo podobne. Tam gdzie to konieczne, nie brakuje jednak powagi i szacunku, a o tematach trudnych (w przypadku 2017 roku) prowadząca mówi stosownym do nich językiem.

Bez zmian pozostaje również rola słuchaczy, którzy partycypują w tworzeniu programu, stanowiąc niejako jego siłę napędową, generator tematów i opinii, a czasem krytyczny głos w dyskusji. Niezależnie od tego, czy mowa o monologu Raduchy, czy dialogach Czejarka i Kawy, prowadzący często i chętnie korzystają z przysyłanych do redakcji wiadomości i cytują je na antenie, niejednokrotnie wplatając je we własne (także humorystyczne) wypowiedzi i zestawienia faktów.

²³ *Ibidem.*

Na poziomie dyskursywnym utrzymane zostaje zainteresowanie tradycją, historią oraz świadomością kulturową zarówno prowadzących, jak i słuchaczy. Poświęcanie czasu antenowego wybranemu zagadnieniu podyktowane jest „troską” o dobro słuchacza: czy to w wymiarze edukacyjnym, światopoglądowym, czy też zdrowotnym bądź rozrywkowym. Wszystko to zgodne z zasadami *decorum* oraz wzbogacone dozą humoru o inteligenckim charakterze.

Bibliografia

- Czejarek R., Kawa M., *Cztery pory roku*, „Polskie Radio 1” 20.02.2020, [132’].
 Johann M., *Rebranding, czyli strategia zmiany wizerunku marki*, „Zarządzanie. Teoria i praktyka” 2013, nr 1 (7), s. 167–175.
 Krantz-Domasłowska L., *Konteksty badań komparatystycznych — temat i metoda*, „Acta Universitatis Nicolai Copernici. Zabytkoznawstwo i konserwatorstwo” 43, 2012, s. 29–40.
 Raducha M., *Cztery pory roku*, „Polskie Radio 1” 23.02.2017, [134’].
Rok temu odszedł dziennikarz radiowej Jedynki Bogdan Sawicki, „Portal Polskiego Radia SA”, <https://www.polskieradio.pl/7/163/Artykul/2384152,Rok-temu-odszedl-dziennikarz-radiowej-Jedynki-Bogdan-Sawicki> (dostęp: 9.08.2020).
 Tabakowska E., *Kognitywne podstawy języka i językoznawstwa*, Kraków 2001.
 Wilk J., *Dyskursywny profil słuchacza Pierwszego Programu Polskiego Radia*, Wrocław 2019.

Discursive processing of cultural topics in broadcast content of programs on Polish Radio One — a confrontative review

Summary

The article describes the analysis of ways in which cultural topics are presented in radio broadcasts. Two episodes of the programme *Cztery pory roku* (broadcast by Polish Radio One) were analysed. The aim was to determine if the discourse generated by the radio station contains the cultural background (related to Fat Thursday) that is used in communication with the audience, and if so — what are the transformation areas and general principles of it.

The examined material was selected in a non-probabilistic way, considering the proportional weight of the compared elements. The analysed content consists of two episodes (dated 23rd February 2017 and 20th February 2020) — this made the confrontative comparison method available. The sample was analysed both quantitatively and qualitatively.

The quantitative research part contains calculations of air time management for both episodes and summary of proportions between equivalent programme contents in different years. The qualitative research part reports the composition of broadcast content and its macrostructure. Here are shown the means used by the station to shape the discourse to process the cultural content and also ways of using the cultural background in the generated media discourse.

The results prove that there is an area of consistency in the broadcaster’s discourse — unaffected by a three-year distance between the analysed episodes. The structure of the programme mostly does not

change as well as its substantive shape. Among the noticed changes are (in the 2020 episode): a widened time period containing culture-related topics, a limited number of social-sensitive topics, a growth in the number of mentioned global topics but without their substantive extension.

Keywords: discourse, confrontative analysis, Polish Radio One, *Cztery pory roku*, cultural background, Fat Thursday, media content, linguistics, linguistic analysis, comparative studies