

IWONA LOEWE

Uniwersytet Śląski w Katowicach

Gatunki globalne w polskiej telewizji. Rekonesans

W ponadsiemdziesięcioletniej historii telewizji skupił się obraz dwu jakże różnych nowoczesności. Myślę o półwieczach 1890–1945 oraz 1946–2010. Pierwsza epoka nowoczesności charakteryzowała się dominacją czynnika politycznego. Druga zaś — czynnika ekonomicznego, w której pogoń za zyskiem stała się podstawowym motywem działania. Kiedy w latach 80. ubiegłego wieku Casetti i Odin podzielili historię telewizji na okresy paleo- i neo-, przypisali im odpowiednio: dominację czynnika ideologicznego (telewizja w latach 1936–1980) oraz dominację czynnika ekonomicznego (telewizja po roku 1981). W telewizji współczesnej (neotelewizji) dostrzec można dziś ponadto czynnik globalizacyjny. Ten jest przedmiotem mojego szczególnego zainteresowania (można go zresztą widzieć w relacji hiperonimicznej do czynnika ekonomicznego, gdy przyjąć, że globalizacja to działalność na polach ponadnarodowych za pomocą różnorodnych form, ale zapewne zawsze w jednym celu: poszukiwaniu jak największego zysku przy jak najniższych nakładach).

Telewizja nie jest przestrzenią obojętną na gatunki. Wiesław Godzic sądzi nawet, że „gatunek jest interpretacyjnym filtrem, przez który (a nigdy poza nim i bez niego) telewidz może wyprodukować znaczenie tekstu telewizyjnego”¹. Oto bowiem obserwacje pozwalają uznać, że istnieje spory procent wspólnych tematów poruszanych we współczesnej telewizji w zglobalizowanej części świata. Nadawca instytucjonalny musi zaś owe treści oblec w pewien nieprzypadkowy gorset, nadać pewnym tematom w miarę stały model. Zapewniają go właśnie schematy gatunkowe, zwłaszcza globalne. Nie dość, że „media [...] zwykle przekazują programy na te same tematy”², to jeszcze są one artykułowane nie tylko przez nadawców instytucjonalnych, ale wszystkich uczestników interakcji, zarówno „Prowadzący, zaproszeni goście (jak i) telewidzowie wypowiadają się na dany temat:

¹ W. Godzic, *Telewizja i jej gatunki. Po „Wielkim Bracie”*, Kraków 2004, s. 25.

² J. Mikułowski Pomorski, *Zmieniający się świat mediów*, Kraków 2008, s. 255.

celibat księży, wojna w..., chów kurcząt na skalę przemysłową, doping w sporcie itd.”³ Mikułowski Pomorski twierdzi, że obserwacje te są zwykle niedoceniane. W istocie ten fakt nie ma swych pogłębionych studiów ani w refleksji medioznawczej, ani w refleksji językoznawczej. Choć już w badaniach Stanisława Gajdy z roku 1982 można było przeczytać, że „współcześnie obserwuje się internacjonalizację struktur gatunkowych”⁴. Proponowane przez medioznawców badania nad gatunkiem sprowadzane są zazwyczaj do trzech rodzajów: badań estetycznych, rytualnych i ideologicznych⁵. Wydaje się pewne, że w dobie wypracowanych przez genologię lingwistyczną metod postępowania oraz zaakceptowanej interdyscyplinarności można liczyć na pogłębienie badań nad gatunkiem, wykonanych w ramach lingwistyki.

Bliskie jest mi podejście Stuarta Kaminsky’ego oraz Jeffreya Mahana⁶, którzy gatunek telewizyjny widzieli jako istotną część kultury popularnej. Jeśli przyjąć dalej, że ta ostatnia pozostaje w ścisłym związku z kulturą masową, która z kolei jest jednym z efektów globalizacji kulturowej, to przyjdzie wysnuć wstępny wniosek, że telewizja musi dysponować wachlarzem konwencji rozpoznawalnych w ponadnarodowych obszarach.

To wiąże się ze stawianą i opracowywaną przeze mnie tezą, że eksponent kulturowy gatunku zostaje dziś poddany w pewnych obszarach komunikacji poruszeniom. Z pewnością zmieniają się eksponenty kulturowe gatunków określanych przeze mnie jako globalne.

Widziałabym w owym przymiotniku ścisły związek z *globalizacją*, w tym *globalizacją językową*. O tym też szerzej pisałam w innym miejscu⁷. Teraz chcę tylko zaakcentować, że *gatunkiem globalnym* byłby gatunek powszechnie wytwarzany w zglobalizowanej części współczesnego świata — to oznacza w państwach Unii Europejskiej, Ameryce Północnej, państwach wschodniej Azji (zwłaszcza Japonii); tam też jest rozpoznawany i spełnia te same funkcje. Staje się nim zwłaszcza za pośrednictwem mediów, które służą głównie globalizacji kulturowej, w tym językowej. Ale nie tylko. Istnieniu tych gatunków sprzyjają także podobne w tym obszarze procedury gospodarcze, ekonomiczne, polityczne i społeczne. Nie każdy gatunek telewizyjny jest gatunkiem globalnym, mimo że telewizję współczesną posadza się o imperializm kulturowy⁸. Są natomiast wśród gatunków telewizyj-

³ F. Casetti, R. Odin, *Od paleo- do neo-telewizji. W perspektywie semiopragmatyki*, [w:] *Po kinie. Audiowizualność w epoce przekazników elektronicznych*, wybór, wprowadzenie i opracowanie A. Gwóźdź, Kraków 1994.

⁴ S. Gajda, *Podstawy badań stylistycznych nad tekstem naukowym*, Warszawa 1982, s. 174.

⁵ Por. J. Feuer, *Badania gatunków a telewizja*, [w:] *Teledyskursy. Telewizja w badaniach współczesnych*, red. R.C. Allen, Kielce 1998, s. 137.

⁶ S. Kaminsky, J. Mahan, *American Television Genres*, Chicago 1985.

⁷ I. Loewe, *Globalizacja kulturowa a język w mediach*, [w:] *Transdyscyplinarność badań nad komunikacją medialną*, red. M. Kita, M. Ślawska, Katowice 2012.

⁸ Por. *Media audiowizualne. Podręcznik akademicki*, red. W. Godzic, A. Drzał-Sierocka, Warszawa 2010, s. 71.

nych takie, które można dziś uznać za globalne. Dokładna ich lista może być sporządzona po dłuższym badaniu zjawiska — zwłaszcza z uwzględnieniem historii tego medium.

Rozpocznijmy przykładem z radia. Gatunkiem globalnym byłaby bez wątpienia lista przebojów. Każda stacja w świecie chce mieć w ramówce ten charakterystyczny dla radia od lat 80. gatunek, rozpowszechniony tak bardzo, że przyjął formę telewizyjną, a dodajmy, że jego ekspansywność postępuje, czego dowodem jest utrzymywanie dochodowości całych stacji, typu Viva czy też MTV.

Paradoks globalności polega na tym, że nie może ona mimo wszystko obyć się bez rysu lokalności. Stąd od lat 90. w kulturoznawstwie funkcjonuje pojęcie *glokalizacji*⁹. Choć poranny poradnik telewizyjny nadawany jest w prawie wszystkich stacjach zglobalizowanego świata, to interpretacja treści, retoryka, prowadzący i język nadania mają wymiar lokalny i związany wyłącznie z danym etnosem. Z pewnością elementem unifikującym jest tu właśnie gatunek. Na interpretację treści poradnika telewizyjnego (i każdego innego widowiska telewizyjnego) w moim przekonaniu istotny wpływ ma wybrany model. Podobnie jest z talk-show. Jego jednoczesna lokalność jest widoczna na przykład w tym, że w Polsce nie mamy w retoryce i treściach tak obrazoburczego widowiska, jak amerykański tzw. trash-show. A jednak to nie genotyp ulega zmianie, ale jego warianty, w tym głównie warianty alternacyjne i adaptacyjne, mieszczące się w polu, choć w obszarach peryferyjnych. EkspONENTY gatunku charakteryzujące go jako talk-show pozostają stabilne.

Parafrazując tekst kulturoznawcy, powiedziałabym tak: między nadawcą i odbiorcą tekstów audiowizualnych istnieje coraz szersza wspólna wiedza interkulturowa, pochodząca z propozycji wizji świata, prezentowanej właśnie przez owo medium. Z biegiem historii telewizji rośnie ponadto świadomość rządzących nią reguł. W ramach globalności oferowanej przez telewizję oraz w oparciu o znajomość reguł rządzących procesem nadawczo-odbiorczym zwiększa się w olbrzymim stopniu prawdopodobieństwo trafności wstępnych projektów odczytań tekstów audiowizualnych¹⁰. Wzrost tego prawdopodobieństwa zapewnia fortunność komunikacji audiowizualnej, w tym także oblicze komercyjne tego medium.

W pamięci filologa niejako naturalnie zakodowane jest jednak stanowisko najmocniej akcentowane przez Annę Wierzbicką o kulturowym umocowaniu aktów i gatunków mowy¹¹. Refleksja kulturoznawcza także wiąże gatunki ze społecznym i kulturowym kontekstem¹². John Fiske określa nawet gatunek mianem „praktyki, której głównym zadaniem jest porządkowanie tekstów i znaczeń krą-

⁹ T. Miczka, *Glokalizacyjne i multimedialne horyzonty współczesnej edukacji*, [w:] *Media i edukacja w globalizującym się świecie. Teoria, praktyka, oddziaływanie*, red. M. Sokołowski, Olsztyn 2003; I. Loewe, *op. cit.*

¹⁰ T. Pstrucha, *Rozmowy na ekranie. Talk-show i okolice*, „Kultura Popularna” 2002, nr 1, s. 34.

¹¹ A. Wierzbicka, *Język — umysł — kultura*, Warszawa 1999.

¹² Por. D. Romanowska, *Telegatunki. Zarys teorii*, „Kultura Popularna” 2002, nr 1, s. 9.

zących w kulturze i społeczeństwie”¹³. Tyle gwoli ścisłości, lecz obok tych spostrzeżeń — równoległych niejako do językoznawczych konstatacji genologicznych — kulturoznawcy wiążą gatunek z umową między nadawcą, w telewizji też wytwórcą, a odbiorcą, czyli widzem, którzy w owej umowie realizują tematy wspólne kulturze popularnej. W dobie globalizacji, która ciągle jest w mojej refleksji w tle, ten obszar wiedzy wspólnej jest coraz większy. Sądzę, że pora na ponowny rekonesans w tej kwestii.

Być może jest tak, że najściślej w kulturze umocowane są jednak gatunki potoczne, z których kształtuje się dopiero cały wachlarz gatunkowego i stylowego wyposażenia danego języka narodowego. W szczególności zaś dotyczy to potocznych gatunków mówionych (rozmowa potoczna, plotka, dowcip), a zwłaszcza gatunków etykiety językowej. Wszak mówiąc przykładowo o kulturze honoryfikatywnej czy też asertywnej, odnosimy te typologie do analiz i obserwacji kontaktów *face to face* w olbrzymiej mierze etykietalnych. Wszystko zaś ponad to, co wypracowała lokalnie komunikacja potoczna, jest racjonalizowane i standaryzowane przez wpływy innych kultur. Ten konieczny styk czyni dziś, na przykład, z gatunków naukowych czy medialnych mniej lokalne, a bardziej globalne. Są one rozpoznawane, fortunnie interpretowane w innych środowiskach kulturowych.

Kiedy znów mówimy o wykładach w stylu teutońskim czy też saksońskim, to różnicujemy lokalnie, czyli kulturowo, a nawet indywidualnie sposoby aktualizacji treści i funkcji, lecz wciąż w płaszczyźnie generycznej pozostają one wykładami. Dlatego niektóre gatunki naukowe, w tym wykład, też określiłabym mianem globalnych. Ten ich status, na przykład, zapewnia skuteczne organizowanie konferencji międzynarodowych i porozumienie badaczy bez zakłóceń na polu stosowanych konwencji genologicznych.

Socjologia mówi o inkorporacji i transformacji form kulturowych wartości, idei, reguł kultury dominującej w stronę kultury zdominowanej. W przestrzeni gatunków w pewnych wypadkach możemy mówić, że znamy czas owej inkorporacji, dla innych gatunków jest to już niewykonalne. Na przykład gatunkiem globalnym w funkcji ingracjacyjnej z odmiany kancelaryjnej polszczyzny jest list motywacyjny, który został zinterioryzowany w kulturze krajów tak zwanej demokracji ludowej po zmianie ich systemu. Inkorporowany został z kultury anglosaskiej mniej więcej w latach 90. XX wieku. Jego obcość kulturowa i oswajanie się dopiero Polaków z jego regułami widoczne są w licznych niepoprawnie wykonywanych realizacjach tekstowych. Można snuć zatem przypuszczenie, że brakuje na poziomie lokalnym, na poziomie etnosu, współlistnienia treści, kultury i formy. Forma i treść listu motywacyjnego wymagają bowiem autoreklamy i zastosowania sztuki ingracjacji bez kontaktu *face to face*, w relacji nierównorzędnej,

¹³ J. Fiske, *Television Culture*, London 1987, s. 109.

co pozostaje w zderzeniu z kulturowym nakazem umniejszania swojej wartości w relacjach z drugim człowiekiem i eksponowaniem wartości interlokutora.

Jeszcze innym przykładem są negocjacje. Często wymagają dialogu kultur na poziomie gatunku i gdyby amalgamacja kulturowa nie stała się faktem, do skutku nie doszedłby cel tego gatunku. Czas interioryzacji negocjacji jako gatunku w Polsce jest trudny do precyzyjnego określenia. Zapewne chodziłoby o wieki średnie, kiedy to podróże dalekomorskie spowodowały kontakty różnych kultur. W Polsce jednak przynajmniej w XX wieku ciągłość gatunku została zachwiana z powodu zahamowania swobodnej wymiany handlowej między narodami.

U podstaw analitycznych mojego tekstu leżała analiza próbki ramówek polskiej telewizji w następującym przekroju czasowym: z roku 2009, 1996, 1992 i 1975. W tym miejscu należy powiedzieć, że w wyżej określonym czasie polska telewizja kontynuuje następujące gatunki: magazyn wiadomości, film fabularny, animowany i dokumentalny, teleturniej, reportaż, komentarz, relację, poradnik, zapowiedzi prezentera, wywiady, teatr telewizji i widowisko rozrywkowe.

Obrazu jednak niech dopełnią następujące komentarze pozostające w granicach refleksji nad ukształtowaniem generycznym. Świadomie nie uwzględniam ukształtowania stylistycznego, retorycznego czy też treściowego. Te zostaną zgromadzone w innym miejscu. Otóż w miejsce pierwotnego telewizyjnego koncertu życzeń wkroczyła telewizyjna lista przebojów w postaci prezentacji wideoklipów uszeregowanych według wyborów nieznanych widzów. Im bardziej cofamy się w historię polskiej telewizji, tym więcej edukacji z umniejszaniem poradnictwa — to obecność wieloletniego i wielogodzinnego zarazem cyklu *Telewizja Edukacyjna*, którego audycje rozpoczynały się o 6.40. To także mocne pozycje takich programów, jak „Klinika zdrowego człowieka”, „Sonda” czy majsterkowanie Adama Słodowego. Dziś w odwrocie jest edukacja, a wzrasta ekspansja telewizji poradnikowej pod postacią programów przedpołudniowych typu „Kawa czy herbata”. Ta obserwacja potwierdza stanowisko socjologów włoskich Casettiego i Odina, którzy na przykładzie swojej narodowej telewizji udowadniali jej przejście z paleotelewizji do neotelewizji, to znaczy od telewizji edukującej i porządkującej widzowi świat do telewizji biesiadującej z widzem i mieszającej porządku domu i studia telewizyjnego (1994).

Z biegiem lat ugruntowuje sobie także pozycję programową fabularny film telewizyjny (tu zupełnie pomijam problemy odmian gatunkowych i nazewnictwa typu serial, sitcom, opera mydlana, telenowela, seria). Za dobitny przykład niech posłuży porównanie statystyki ramówek z 30 grudnia 1979 roku (6.40–21.55) z trzema filmami oraz z dnia 3 listopada 2009 (6.00–1.20) z jedenastoma filmami.

Podobną ekspansję przeżywają gatunki oparte na dialogu. Od początku w telewizji były wywiady i konsultacje, później pojawiły się debaty, ponadto współcześnie dyskusje, talk-show, reality show, przesłuchania¹⁴.

¹⁴ M. Kita, *Medialna moda na dialog*, [w:] *Dialog a nowe media*, red. M. Kita, J. Grzenia, Katowice 2004.

Za gatunki nowe w telewizji uznać należy: telezakupy, talk-show, reality show. Ich nowość jest warta zainteresowania choćby z tej perspektywy: w jakiej mierze są one efektem transformacji na potrzeby telewizji innych gatunków telewizyjnych albo zachowań niezapśredniczanych dotąd przez media w ogóle. Zapewne mieszczą się one w propozycji genologii multimedialnej, w której to zmiana medium oznacza wykształcenie się odmiany albo gatunku. Tę kwestię także tutaj pozostawiam nierozwiniętą.

Znacznik nowości gatunku nie ma wiele wspólnego z gatunkiem globalnym, który jest głównym przedmiotem mojego zaciekawienia. Uznać można za globalne bowiem zarówno telezakupy, jak i magazyn wiadomości, talk-show oraz teleturniej. Globalność byłaby cechą takich gatunków telewizyjnych (bo na nie kładę tu nacisk), które w kolejnych aspektach swoich wzorców narodowych spełniają podobne warunki. W aspekcie strukturalnym łączy je podobna forma podawcza w warstwie werbalnej, a w warstwie ikonicznej mają podobną, o ile nie identyczną, aranżację studia. W aspekcie poznawczym realizują te same cele nadrzędne i partykularne, w aspekcie pragmatycznym zaś tę samą charakterystykę nadawczo-odbiorczą. Włączając dziś telewizor w Polsce, na Słowacji, w Japonii czy w Kanadzie — pominąwszy jednak różnice czasowe — w porze przedpołudniowej głównych stacji nadawczych (nie zaś tematycznych) nadawany jest poradnik, w części wieczornej codziennie zobaczyć można magazyn wiadomości, ponadto o tej porze w weekendy stacje wpiszą teleturniej. Ale na tym nie koniec. Retoryka tych tekstów będzie na usługach celu, jaki im wyznaczono w ramówce. W pewnej mierze zatem aspekt stylistyczny będzie też łączył gatunki globalne, lecz w innym zakresie. To właśnie w tym aspekcie dojdzie do największych poruszeń wzorca w stronę lokalności, czyli charakterystyki zdeterminowanej przez daną kulturę.

Gatunki globalne nie są równoznaczne z formatem w rozumieniu medioznawczym, ponieważ nie każdy z nich powstał w oparciu o importowany schemat. Kupno przez stacje telewizyjne pewnych formatów ma konsekwencję w lokalnym doborze uczestników, prowadzącego i języka. W rzeczywistości ruchy wobec wzorca są tu okrojone do minimum. Dotyczy to teleturniejów, talk-show, reality show, telenowel. Są jednak i takie gatunki globalne, które nie powstają na licencji, jednak ich globalność, czyli rozpoznawalność, przypomina licencjonowanie. To przypadek poradników przedpołudniowych, które są gatunkiem złożonym, kolekcją gatunków¹⁵, oraz magazynu wiadomości.

Pozostawiam na uboczu dyskusję z zakresem wyrażenia „gatunek globalny”, jaki Urszula Żydek-Bednarczuk zastosowała wobec rozmowy. W największym uproszczeniu dodam tylko, że zakres jego znaczenia w rozumieniu wymienionej

¹⁵ M. Wojtak, *Kolekcja gatunków czy gatunek kolekcja?*, [w:] *Gatunki mowy i ich ewolucja*, t. 4. *Gatunek a komunikacja społeczna*, red. D. Ostaszewska, J. Przyklenk, Katowice 2011.

autorki byłby zbliżony do gatunku pierwotnego, tu też prostego Michaiła Bachtina. „Rozmowa jest bowiem — pisze Urszula Żydek-Bednarczuk — gatunkiem globalnym dla wielu gatunków medialnych”¹⁶. Można dalej snuć wnioski, że nie tylko dla medialnych, bo byłaby gatunkiem prostym fundującym klótnię, czat, negocjacje, dyskusję nad referatami, modlitwę i wiele innych. W moim mniemaniu spełnia ona warunki *transgatunku*, czyli gatunku ponad stylami, dyskursami, tekstami i innymi gatunkami, a więc ponad każdym poziomem analizy językoznawczej. I niechaj ta dygresja wystarczy. Ważniejszy bowiem w tym miejscu jest aspekt globalności gatunku.

Stawiane przeze mnie tezy w odniesieniu do gatunku globalnego nie mają przeczyć temu, że gatunki odzwierciedlają, potwierdzają i renegotiują wartości oraz podstawy danej kultury. Powtórzę, że odzwierciedlają kulturę zwłaszcza te, określane mianem gatunków komunikacji potocznej, kancelaryjnej. Istnieją jednak dziś obszary, w których dochodzi do przenikania się kultur, do swoistej globalizacji w płaszczyźnie generycznej: powtórzę znowu — to zapewne obszar nauki oraz zdecydowanie obszar mediów. Spośród nich za najbardziej lokalne przyjdzie uznać radio, kolejne zaś z wymienionych mediów służą coraz bardziej procesowi globalizacji: prasa, telewizja i Internet. Kulturoznawcy orzekają, że „telewizja staje się forum kulturowym”¹⁷, to tu dochodzi do strategii międzykulturowej wymiany i adaptacji zarazem. Sądzę, że w zakresie gatunków najbardziej, a w zakresie retoryki i stylu najmniej. Pewne treści i tematy prezentowane są w telewizji za pomocą tych samych gatunków, czyli z udziałem podobnych modeli. Dotyczy to treści i tematów zarówno globalnych, jak i lokalnych. Różnice między telewizjami narodowymi polegać będą coraz częściej na stylu i retoryce, które są właściwe danej nacji i jej przyzwyczajeniom, oraz na jakości i ilości treści lokalnych przez nie proponowanych.

Bibliografia

- Casetti F., Odin R., *Od paleo- do neo-telewizji. W perspektywie semiopragmatyki*, [w:] *Po kinie Audiowizualność w epoce przekazników elektronicznych*, wybór, wprowadzenie i opracowanie A. Gwóźdź, Kraków 1994.
- Feuer J., *Badania gatunków a telewizja*, [w:] *Teledyskursy. Telewizja w badaniach współczesnych*, red. R.C. Allen, Kielce 1998.
- Fiske J., *Television Culture*, London 1987.
- Gajda S., *Podstawy badań stylistycznych nad tekstem naukowym*, Warszawa 1982.
- Godzic W., *Telewizja i jej gatunki. Po „Wielkim Bracie”*, Kraków 2004.
- Kaminsky S., Mahan J., *American Television Genres*, Chicago 1985.

¹⁶ U. Żydek-Bednarczuk, *Od rozmowy do talk-show... Uwagi o telewizyjnych gatunkach mowy*, [w:] *Gatunek mowy i ewolucja*, t. II. *Tekst a gatunek*, red. D. Ostaszewska, Katowice 2004, s. 432.

¹⁷ D. Romanowska, *op. cit.*, s. 12.

- Kita M., *Medialna moda na dialog*, [w:] *Dialog a nowe media*, red. M. Kita, J. Grzenia, Katowice 2004.
- Loewe I., *Globalizacja kulturowa a język w mediach*, [w:] *Transdyscyplinarność badań nad komunikacją medialną*, t. 1. *Stan wiedzy i postulaty badawcze*, red. M. Kita, M. Ślawska, Katowice 2012.
- Media audiowizualne. Podręcznik akademicki*, red. W. Godzic, A. Drzał-Sierocka, Warszawa 2010.
- Miczka T., *Glokalizacyjne i multimedialne horyzonty współczesnej edukacji*, [w:] *Media i edukacja w globalizującym się świecie. Teoria, praktyka, oddziaływanie*, red. M. Sokołowski, Olsztyn 2003.
- Mikułowski Pomorski J., *Zmieniający się świat mediów*, Kraków 2008.
- Pstrucha T., *Rozmowy na ekranie. Talk-show i okolice*, „Kultura Popularna” 2002, nr 1, s. 27–36.
- Romanowska D., *Telegatunki. Zarys teorii*, „Kultura Popularna” 2002, nr 1, s. 7–14.
- Wierzbicka A., *Język — umysł — kultura*, Warszawa 1999.
- Wojtak M., *Kolekcja gatunków czy gatunek kolekcja?* [w:] *Gatunki mowy i ich ewolucja*, t. 4. *Gatunek a komunikacja społeczna*, red. D. Ostaszewska, J. Przyklenk, Katowice, 2011.
- Żydek-Bednarczuk U., *Od rozmowy do talk-show... Uwagi o telewizyjnych gatunkach mowy*, [w:] *Gatunki mowy i ich ewolucja*, t. II. *Tekst a gatunek*, red. D. Ostaszewska, Katowice 2004.

Global genres in Polish television. Reconnaissance

Summary

A television genre is an important part of popular culture which is closely linked with mass culture, one of the effects of cultural globalization. Therefore, the author believes that television should be equipped with conventions recognisable at supranational levels. A global genre is commonly used in the globalised parts of the contemporary world (in the European Union, North America and countries of East Asia), where it is recognised and fulfils the same functions. It can become global through the agency of media. Although the modern television is suspected of cultural imperialism, not every television genre can be categorised as a global genre. At this stage of research, the author recognises the following as global television genres: debate, feature film, pop chart, news magazine, morning guide, reality TV show, talk show, television quiz show, teleshopping and interview.